



**UNIVERSIDAD DE VALPARAISO
FACULTAD DE ARQUITECTURA
CARRERA DE GESTION EN TURISMO Y CULTURA**

**MUSEO DE LUKAS
RETRATADO EN ESPACIOS
PUBLICOS Y PRIVADOS**

KARINA ANDREA CHANDÍA OSORIO

PROFESOR GUIA: MACARENA FRUTOS LAZZARO

**PROYECTO DE TITULACION PARA OPTAR AL TITULO PROFESIONAL DE
ADMINISTRADOR TURISTICO CULTURAL**

2007





Situación Sin Proyecto



Situación Con Proyecto

*Dedicado especialmente a mis PADRES,
quienes me han apoyado hasta el final,
en todo este camino recorrido que no ha sido fácil,
ellos son el mayor y mejor ejemplo
de familia, de personas y de padres,
gracias al universo
por darme los padres más geniales,
comprensivos, amorosos
y especiales,
sin ellos no habría podido llegar hasta esta instancia.*

Agradecimientos

A mis PADRES nuevamente, por ser quienes me han apoyado y han estado conmigo en todos los momentos, de sacrificios, llantos y alegrías en todo el largo camino de universidad.

A mis amigas Machas Chic Inc. Por ser lo más importante que ha dejado este paso por la universidad, mis amigas.

A Camila Gómez Fuenzalida, por ser mi compañera, luego mi amiga y ahora mi inseparable hermana, amiga, partner, por estar en todos los momentos importantes de mi vida, por todo lo que hemos vivido y por todo lo que viviremos.

A Rocío González compañera y amiga, por compartir lo mejor de nosotras, por ser única y por tener la mejor disposición para todo.

A Ronald Manríquez, mi compañero y amigo especial, gracias por todo.

A Silvia González que para mí fue, es y será mucho más que la secretaria de mi carrera, por tener siempre disponibilidad para nosotros, por escucharme y aconsejarme cuando más lo necesitaba.

A Macarena Frutos, por ser mi profesora guía y que a pesar de todo, creyó en mí y me apoyo hasta el final, porque siempre me daba palabras de aliento, por aconsejarme y ayudarme.

A mi familia y mis tíos; mis amigos, y a todos quienes han pasado por mi vida, dejando cosas buenas y malas, porque por todas las cosas que he vivido he podido crecer, madurar y seguir adelante con la frente en alto, y que a pesar de las caídas que podamos tener, lo importante es siempre levantarse y seguir.

Índice

Presentación Proyecto De Museología Aplicada Museo De Lukas	1
Resumen Proyecto	2
Abstract	3
Capitulo I: Bases Contextuales Del Proyecto	4
1.1 Finalidad Del Proyecto	4
1.2 Dinámica Territorial	6
1.2.1 Características Generales Del Entorno Territorial	6
1.3 Dinámica Sectorial	23
1.4 Encuadre En El Contexto De Otras Políticas	28
1.4.1 Políticas Culturales De Los Diferentes Agentes	28
1.4.2 Política Cultural De La Organización Gestora Proyecto Museo De Lukas	30
1.5 Origen/Antecedente Proyecto Museo De Lukas	30
1.5.1 Origen/Punto De Partida Proyecto Museo De Lukas	30
1.5.2 Antecedentes Relacionados Con El Proyecto Museo De Lukas	34
1.5.3 Situación Actual Museo De Lukas	36
1.6 Análisis Interno De La Casa Mirador De Lukas	40
1.6.1 Trayectoria Del Museo De Lukas	40
1.6.2 Análisis De La Estructura Formal Del Museo	41
1.6.3 Funcionamiento Interno Del Museo	42
1.6.4 Recursos Disponibles Del Museo	42
Capitulo II: Definición Del Proyecto Museo De Lukas	44
2.1 Destinatarios Del Museo De Lukas	44
2.1.1 Identificación Genérica De Los Visitantes Del Museo De Lukas	44
2.1.2 Características Sociales Destacables De Los Visitantes Del Museo De Lukas	45
2.1.3 Nivel De Instrucción Académica De Los Visitantes Del Museo De Lukas	46
2.1.4 Situación Laboral De Los Visitantes Del Museo De Lukas	47
2.1.5 Uso Del Tiempo Libre De Los Visitantes Del Museo De Lukas	48
2.2 Contenido	50
2.2.1 Contenidos Del Museo De Lukas	50
2.2.2 Grado De Innovación O Carácter Experimental Del Proyecto Museo De Lukas	57
2.3 Objetivos Del Proyecto Museo De Lukas	58
2.3.1 Objetivos Generales	58
2.3.2 Objetivos Del Museo De Lukas	59
2.4 Líneas Estratégicas	59
2.4.1 Definición De Las Líneas Estratégicas Del Proyecto Museo De Lukas	59
2.5 Acciones Del Museo De Lukas	60
2.5.1 Acciones Principales Del Museo De Lukas	60
2.5.2 Acciones Complementarias Del Museo De Lukas	61
2.6 Modelo De Gestión	62
2.6.1 Modelo De Gestión Del Museo De Lukas	62
2.6.2 Justificación Del Modelo De Gestión Del Proyecto Museo De Lukas	63
2.6.3 Identificación Y Descripción De Los Agentes Que Intervienen En El Proyecto Museo De Lukas	63
2.6.4 Regulación De Las Relaciones Entre Agentes Del Proyecto Museo De Lukas	64
Capitulo III: Producción Del Proyecto Mirador De Lukas	65
3.1 Planificación De La Producción Del Proyecto Mirador De Lukas	65
3.1.1 Previsión De Tareas	65
3.1.2 Programa De Actividades Proyecto Museo Mirador De Lukas	65
3.2 Estructura Organizativa Y Recursos Humanos Del Proyecto Museo Mirador De Lukas	66

3.2.1 Estructura De La Organización Formal Del Proyecto Museo Mirador De Lukas	66
3.2.2 Funcionamiento Interno De La Organización En El Proyecto Museo Mirador De Lukas	67
3.3 Comunicación	68
3.3.1 Definición De La Imagen Del Proyecto Museo Mirador De Lukas	68
3.3.2 Relaciones Internas Del Equipo Gestor Del Proyecto Museo Mirador De Lukas	70
3.3.3 Relaciones Con Los Medios De Comunicación	71
3.3.4 Relaciones Con Otras Áreas O Niveles De La Misma Organización Del Proyecto Museo Mirador De Lukas	71
3.4 Requisitos Infraestructurales Y Técnicos Del Proyecto Museo Mirador De Lukas	71
3.4.1 Relación Y Descripción De Las Infraestructuras Necesarias Para El Proyecto Museo De Lukas	71
3.4.2 Factores Jurídicos Del Museo Mirador De Lukas	83
3.5 Factores Económicos Y Financieros Del Proyecto Museo Mirador De Lukas	84
3.5.1 Gestión Financiera	84
3.5.2 Presupuesto Detallado Por Partidas	84
3.5.3 Rentabilidad Social Del Proyecto Museo De Lukas	86
Conclusiones	87
Proposición A Futuras Investigaciones o Proyectos	88
Bibliografía	89
Apéndice N° 1	90
Anexos N° 1	96

Presentación Proyecto de Museología Aplicada “Museo de Lukas”

Un museo se define como “un centro organizado como institución pública o privada no lucrativa, cuya existencia se justifica mediante unos objetivos esencialmente estéticos o educativos”; que “posee, cuida o utiliza objetos tangibles, sean animados o inanimados, y los exhibe periódicamente”.¹

La propuesta a realizar es transformar el Museo de Lukas, en un Museo que adquiriera interés propio, es decir, que sea atractivo e interesante por las colecciones de Renzo Pecchenino, por el aporte y legado cultural que dejó a la ciudad y al país, hacer que el museo tenga una nueva imagen ante la ciudadanía, que deje de ser solo una muestra permanente de caricaturas en el segundo piso de una casa restaurada en un cerro turísticamente atractivo, sino que sea un museo reconocido por su calidad museológica, su innovación respecto de las muestras de caricaturas y de obras en general de Lukas y de artistas nacionales e internacionales, a la apropiación de espacios tanto públicos como privados, es decir, que el Museo aproveche de la mejor manera posible el espacio físico que posee, que intervenga el Ascensor Concepción, tanto la fachada donde se encuentra inserto, como sus instalaciones interiores, carros y el pasaje por el cual es posible transitar desde calle Esmeralda, centro cívico de la ciudad; intervenir la fachada trasera del diario El Mercurio y la escalera donde se puede acceder al Paseo Atkinson, además del espacio público circundante como el Paseo Gervasoni donde se encuentra ubicado, para así acercar el museo a la sociedad y a su vez, acercar el gran personaje de Renzo Pecchenino LUKAS a la ciudadanía mediante alianzas estratégicas con entes privados ligados a la actividad turística, y a las actividades culturales.

En el presente proyecto se podrá encontrar un completo desglose de las diferentes etapas de investigación, fundamentación y gestión de este plan.

¹ American Association of Museums (1994, pp. 18-19)

Resumen Proyecto

Valparaíso es una ciudad dentro del territorio nacional, que en los últimos años ha experimentado un fuerte cambio respecto al turismo y la cultura.

Es Ciudad Patrimonio de la Humanidad, además de ser la Capital de la Institucionalidad Cultural de Chile por lo que la escena cultural de la ciudad se va acrecentando día a día.

Respecto a los atractivos culturales que tiene la ciudad:

- Teatro Municipal
- Salas de Cine
- Salas de Arte
- Centros Culturales
- Compañías de Teatro
- Compañías de Danza
- Museos

Respecto de las actividades culturales que realiza la ciudad:

- Festivales Folclóricos
- Festivales de Cine
- Carnavales Culturales
- Encuentros de Teatro

Es por este motivo que en este proyecto destaca la necesidad como Gestora Cultural de hacer un estudio del Museo de Lukas, el cuál si bien está en funcionamiento desde 10 años aún no ha sido considerado uno de los destinos culturales de los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad, así como tampoco tiene el reconocimiento de la población y agentes culturales.

Las etapas que contempla este proyecto son:

- Identificación del entorno en el cuál esta inmerso el Museo de Lukas.
- Identificación del tipo de organización y su funcionamiento interno.
- Cambio en el tipo de museología aplicada en el Museo de Lukas.
- Intervenciones metodológicas y arquitectónicas del Museo de Lukas.

Palabras Claves: Museología, Territorio, Cultura, Intervención de Espacios.

Abstract

Valparaiso is a city within the national territory, that in the last few years has experienced a strong change on tourism and culture matters.

It's Patrimony of the Humanity, in addition to being the Capital of the Cultural Institutionalidad of Chile reason why the cultural scene of the city is increased day by day.

The cultural attractions that the city has are:

- Municipal theater
- Rooms of Cinema
- Rooms of Art
- Cultural centers
- Companies of Theater
- Companies of Dance
- Museums

The cultural activities that the city makes are:

- Folkloric Festivals
- Film Festivals
- Cultural carnivals
- Encounters of Theater

It is for this reason that this project emphasizes the necessity of a Cultural Manager to make a study on the Museum of Lukas, which although is in operation from 10 years ago, not yet has been considered one of the cultural destinies for the national and foreign tourists who visit the city, as well as either the cultural recognition of the population and agents.

The stages that this project contemplates are:

- Identification of the surroundings in which the Museum of Lukas is immersed.
- Identification of the type of organization and its internal operation.
- Change in the type of museology applied in the Museum of Lukas.
- Methodologic and architectonic interventions of the Museum of Lukas.

Key words: Museology, Territory, Culture, Intervention of Spaces.

CAPITULO I: Bases Contextuales del Proyecto

1.1 Finalidad del Proyecto

Acercar los museos a la sociedad, y la sociedad a los museos, ha sido una tarea de los últimos cincuenta años.²

La finalidad del proyecto consiste en la aplicación de un modelo de museología que permita potenciar el Museo de Lukas en lo que se refiere a las exposiciones y en cuanto a la visión que tiene la comunidad del propio Museo, ya que en la actualidad éste retrata las obras de un personaje que entre sus múltiples funciones y actividades realizadas fue arquitecto, periodista, dibujante, caricaturista, historiador, cronista reconocido a nivel nacional por la comunidad, pero que aún existe un número de personas que no conocen al artista ni mucho menos donde se encuentra emplazado el museo que alberga sus obras.

Respecto a este punto, es que el ingreso de público no es el esperado, además el costo de la entrada en comparación con otros museos es un tanto elevado para la mayoría de las personas; otro factor que también afecta son las pocas actividades que realiza el Museo, ya que éste pretende ser considerado un centro cultural por lo que la presencia de actividades dirigidas a la comunidad debieran ser mayores.

Refiriéndome al acercamiento que deben tener los museos a la sociedad es precisamente eso lo que se pretende, acercar de manera más real el Museo de Lukas a las personas, a la sociedad, a la realidad mediática que se da en Valparaíso, como capital cultural, como sede del Consejo de la Cultura y las Artes, con capacidad de ministerio, como ciudad Patrimonio de la Humanidad y como una ciudad que se está acercando e integrando cada vez más a la cultura, no solamente en términos de eventos y actividades, sino también, una ciudad que está en constante búsqueda de su identidad local, y porque no decirlo, de una identidad nacional.

El actual Museo de Lukas, llamado Casa-Mirador de Lukas es un museo donde lo único que se exhibe de manera permanente son las caricaturas del dibujante y periodista Renzo Pecchenino, y como una actividad anexa, dado su carácter de centro cultural realiza exposiciones que van cambiando mensualmente ya sean muestras de fotografías, esculturas, pinturas. Además esporádicamente (cada 4 meses aproximadamente) realiza ciclos de cine, charlas, presentaciones de teatro, lo cual está en asociatividad con entidades como la Alianza Francesa de Valparaíso, que es una institución que además de dedicarse a la educación formal, dedica tiempo y recursos al desarrollo y participación de actividades culturales, y con el instituto DUOC de Valparaíso que también acerca la cultura y difunde este tipo de actividades.

En primera instancia, la finalidad de este proyecto, versa sobre un cambio de el actual tipo de museología que adopta el museo, es decir, que las personas quienes están a cargo de éste, realicen nuevas actividades, más que nada, convertir el Museo de Lukas, en un centro integrado y dinámico de actividades culturales, teniendo como principal atractivo y como mayor virtud las exposiciones de caricaturas de Lukas, además de contar con un avance en el desarrollo de la

² Memoria Dibam 2000-2005.

exposición en si, instaurar la tecnología y la participación del visitante mediante actividades que lleven a desarrollar habilidades y emociones en cada visita, que la exposición sea en si un atractivo para quienes visitan el museo y para la sociedad, que ésta se sienta identificada con la exposición, se sienta atraída y por sobre todo, interesada por descubrir lo que exhibe el Museo de Lukas.

La idea no es solamente intervenir el interior de la casa, en cuanto a espacio físico se refiere, sino también el exterior, ya que además de un nuevo concepto de museología, lo que se pretende, es la apropiación de los espacios, ya que el tipo de museología a adoptar, apunta a un mejoramiento y amplitud de los espacios para así poder exponer de mejor manera las exposiciones. Las edificaciones y recintos donde se albergan los museos deben ofrecer una infraestructura adecuada para la exhibición y conservación de las muestras y colecciones artístico-culturales. Así, se toma en cuenta que en Chile la mayoría de las instituciones destinadas a muestras museísticas no cuentan con espacios apropiados, porque no fueron edificados originalmente para tal fin, que es ser Museo, es por tal razón que las instituciones constantemente trabajan para ampliar o crear sedes óptimas para los museos.

Además la finalidad es dar a conocer al personaje emblemático que fue Lukas mediante sus caricaturas, sus chistes, sus dibujos, sus crónicas publicadas en los periódicos nacionales, su forma de retratar las costumbres y la historia de un país, plasmarlas en el exterior como es el paseo Gervasoni, el Ascensor Concepción tanto en el pasaje de acceso desde calle Esmeralda, como sus carros y el Hall superior de este, además intervenir la escala que se encuentra detrás del Diario El Mercurio así como también las paredes de las casas que dan hacia el paseo Atkinson.

La imagen proyectada es de darle un “estilo” al sector, relacionado con Lukas y su personaje, como dibujaba él, la inspiración que le daba la ciudad de Valparaíso, que las personas se inyecten con el humor de Lukas, tanto los residentes del sector como los turistas, que le de “vida” al sector y que además de ser reconocido por la calidad y cantidad de restaurantes sea reconocido por el Museo de Lukas, por el aporte cultural y turístico que este realiza y por la calidad de las exposiciones y de las actividades, y de su real aporte a la educación, al entretenimiento y al turismo que el museo realice.

En cuanto a alianzas y gestiones, el museo debe asociarse y trabajar en conjunto con otras empresas privadas y también con el sector público, como con el Consejo de la Cultura y las Artes, con la DIBAM (Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos), así como también, alianzas y una gestión integradora con empresas como El Mercurio de Valparaíso, empresa donde Lukas desarrollo gran parte de su trabajo como caricaturista, el Ascensor Concepción, ubicado en el paseo Gervasoni, lugar donde se ubica la Casa-Mirador de Lukas.

Respecto de los murales que estarían instalados en el cerro, la idea es que este a cargo de una universidad que cuente con alguna carrera relacionada con arte, ya que seria una buena forma de participación e integración de instituciones públicas y una institución privada, con el debido reconocimiento a la institución que participe del proyecto ya que la relación Museo-Entorno en los últimos años ha cambiado mucho, es decir, se ha generado un cambio entre coleccionar y exhibir públicamente, es decir, es necesario que un museo permita a sus visitantes interactuar

con las colecciones, debe haber una coherencia y un equilibrio con el entorno, no solamente encasillarse dentro de una casa, sino salir de la casa y expandir las colecciones y muestras para que así haya un equilibrio de lo que es un museo y lo que debe representar para la comunidad.

1.2 Dinámica Territorial

1.2.1 Características Generales del Entorno Territorial.

Chile, país tricontinental, asienta su territorio en América, Antártica y Oceanía. Se encuentra ubicado en la parte occidental y meridional de Sudamérica, prolongándose en el Continente Antártico y alcanzando a la Isla de Pascua en la Polinesia.

La longitud que posee desde la Línea de la Concordia hasta el Polo Antártico es superior a los 8.000 km. A los 52°21' de latitud sur (Estrecho de Magallanes), posee un ancho máximo de 445 kms. y a los 31°37' latitud sur (entre Punta Amolanas y Paso de la Casa de Piedra) su ancho mínimo es de 90 km.

Chile limita al norte con el Perú a través de la Línea de la Concordia; al este con Argentina y Bolivia; al sur con el Polo Sur; al oeste con el Océano Pacífico, incluida la Zona Económica Exclusiva en una extensión de 200 millas marinas.³

La población total de Chile es 15.116.435 millones de habitantes, divididos en 13.090.013 millones de habitantes en zona urbana y 2.026.322 millones de habitantes en zona rural.⁴

De acuerdo al último censo, 13.090.113 chilenos vivían en zonas urbanas, equivalentes al 86,59% del total nacional. Sólo un 13,41% de la población aún vive en zonas rurales dedicadas principalmente a la agricultura y la ganadería, concentrándose en las regiones del centro-sur del país. Por el contrario, las regiones con mayor tasa de urbanización corresponden a la de las zonas extremas y en las zonas industrializadas del Valle Central, como la Región Metropolitana y la de Valparaíso, con un 96,93% y un 91,56% de urbanización respectivamente.

En tal sentido, hay que decir que en los últimos años el país ha experimentado importantes cambios en las condiciones y modos de vida, los que se manifiestan en particular en ámbitos relacionados con la cultura.

El 72% de los chilenos vive en casa propia y el 90,7% de estas viviendas responden a estándares mínimos de calidad. El 79,1% de los hogares, frente al 61,1% en 1992, tiene acceso a electricidad, agua potable, alcantarillado, ducha y combustible para cocinar. Más del 80% de los hogares tiene refrigerador, lavadora y TV a color. Más de la mitad de la población tiene acceso a teléfono fijo y celular.⁵

Respecto de la oferta educativa esta ha aumentado de forma progresiva, llevando al país prácticamente a la universalización de la educación básica y a un importante aumento de la educación media, cuya cobertura alcanza ya a un 90% de la población. La educación superior se ha duplicado con respecto de las cifras de 1992. Hoy, el 44% de los padres que alcanzaron solo la educación media, tiene hijos cursando o habiendo cursado la educación superior.⁶

³ www.gobiernodechile.cl

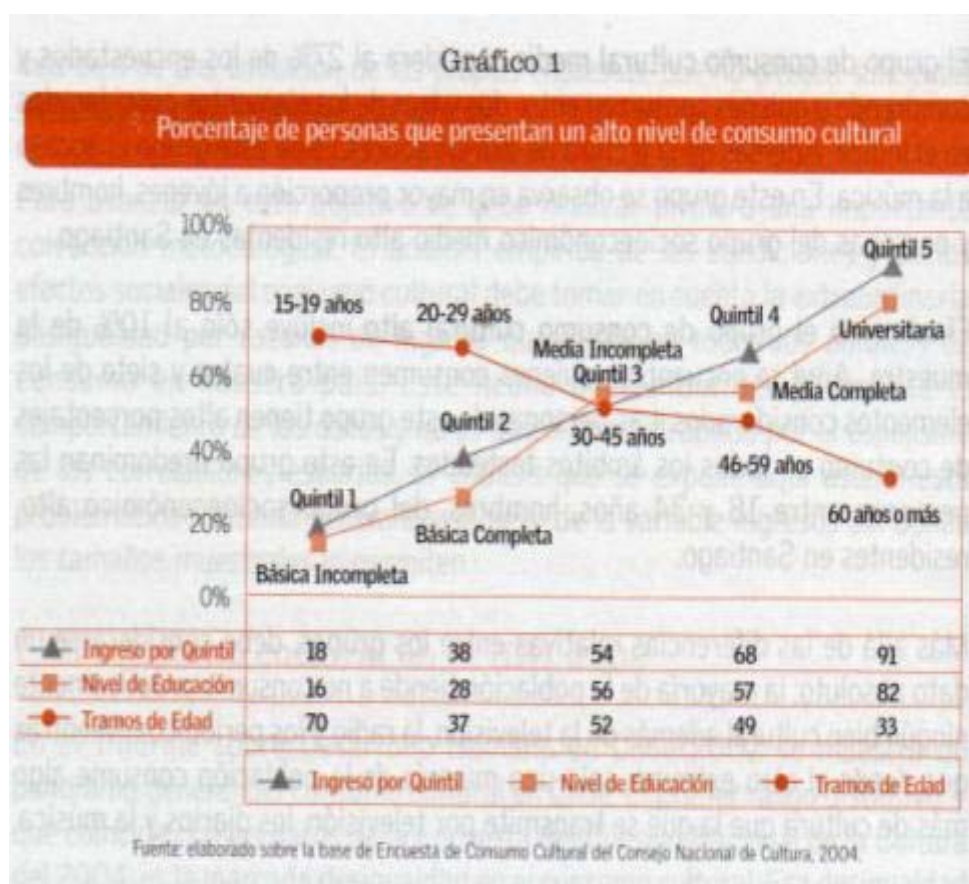
⁴ www.ine.cl/cd2002/cuadros

⁵ Chile quiere más cultura, definiciones de política cultural 2005-2010

⁶ Chile quiere más cultura, definiciones de política cultural 2005-2010

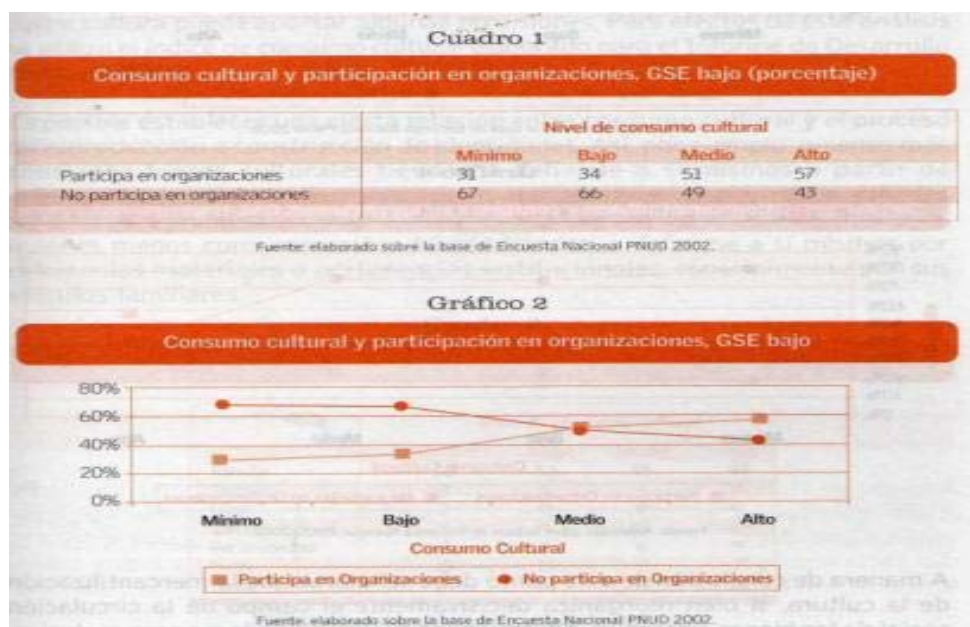
Los cambios socioeconómicos y culturales que están ocurriendo en el país, especialmente aquellos como el acelerado proceso de urbanización, el incremento de los niveles educativos de la población, la creciente participación femenina y la mayor disposición del tiempo libre son todos factores que potencian el desarrollo de las industrias culturales. De hecho, estas muestran en la última década tasas de crecimiento superiores a las de la economía en su conjunto.⁷

La realidad cultural del país es paradójica ya que un estudio del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes sobre consumo cultural y uso del tiempo libre, revela que el 63,8% de las personas considera que hoy es más fácil acceder a bienes y servicios culturales que hace 5 años atrás. Además pone de manifiesto el mejoramiento de la infraestructura y del equipamiento de los hogares chilenos, que permite acceder a bienes y servicios culturales desde el hogar. Se revela también una fuerte tendencia a la atomización de consumo cultural, el que se realiza principalmente en la intimidad del hogar y a través de los medios de comunicación.



Fuente: Consumo Cultural de Chile. Miradas y Perspectivas.2005

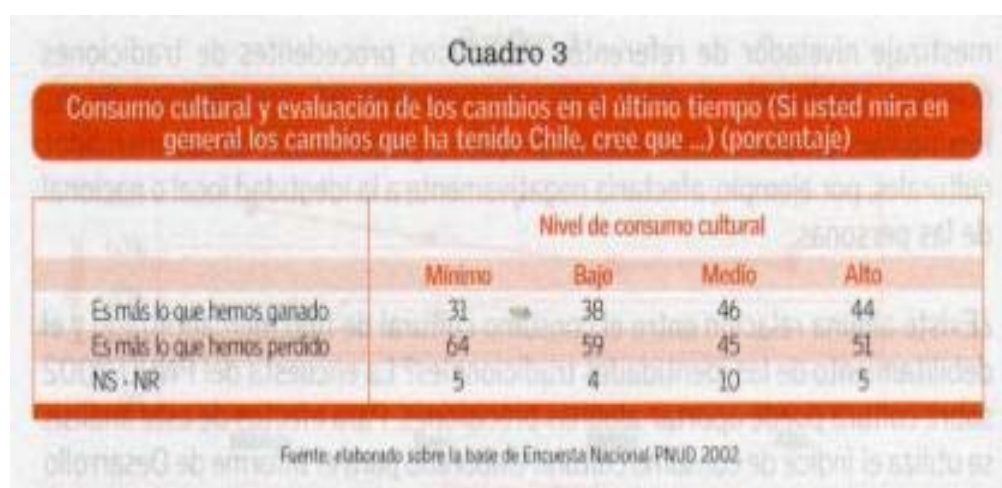
⁷ “Impacto de la cultura en la economía. Participación de algunas actividades culturales en el PIB, Indicadores y fuentes disponibles”



Fuente: Consumo Cultural de Chile. Miradas y Perspectivas.2005



Fuente: Consumo Cultural de Chile. Miradas y Perspectivas.2005



Fuente: Consumo Cultural de Chile. Miradas y Perspectivas.2005

Más del 93% de la población del sector socioeconómico bajo tiene un consumo cultural mínimo o bajo, es decir, se limita a escuchar radio, ver televisión y eventualmente leer periódicos o escuchar música. Por oposición, el 83% del sector socioeconómico alto tiene un consumo cultural medio y alto.

Respecto a políticas culturales los ciudadanos en su condición de audiencias y agentes culturales, forman parte del objeto de las políticas. La participación en la cultura de la ciudadanía destaca porque estos no son meros receptores pasivos de los mensajes artísticos o culturales, por el contrario, se busca posibilitar la difusión de creaciones artísticas además de promover la participación cultural de la población así como también de las mayorías a la cultura.

Respecto a este ámbito existen tres objetivos:

- Crear y desarrollar más y mejores audiencias difundiendo la cultura, aumentando la infraestructura, estimulando la gestión, ampliando la formación para la apreciación de las artes e instando por una mayor calidad de los medios de comunicación.
- Aumentar el acceso de los grupos de escasos recursos y de los grupos vulnerables a los bienes de consumo cultural, generando las condiciones iniciales para una relación permanente entre los miembros de estos grupos y la actividad cultural.
- Fomentar la participación y la organización ciudadana con fines culturales.

En cuanto a una institucionalidad cultural existen dos puntos:

- Consolidar la nueva institucionalidad cultural en lo relativo a atribuciones, infraestructura, recursos humanos, organizaciones y financieros.
- Estimular el aporte del sector privado a la cultura, perfeccionando los mecanismos tributarios y promoviendo su participación en la gestión cultural.

En cuanto a este punto, el sector privado a través de corporaciones, fundaciones y asociaciones sin fines de lucro, ha sido en los últimos años un actor importante en el desarrollo cultural del país. El aporte del sector privado, va más allá del mecenazgo o de la inquietud cultural, también existe una participación en el esfuerzo cultural motivada por una opción empresarial de producir bienes culturales y también por un legítimo afán emprendedor.

Esta progresiva tendencia a la generación empresarial en cultura se ha visto reflejada no solo en la creación-producción, sino también en la conservación-recreación, en la dinamización, en la comercialización, en la interactividad, en la administración y gestión, en la financiera, en la formación, en la investigación, o incluso en la documentación⁸.

Gran parte de las tendencias y herramientas de gestión de la empresa están siendo incorporadas a las organizaciones culturales. Se trata de un aspecto más de esa relación entre economía y cultura. Conceptos como calidad, instrumentos de planificación como el plan de gestión o gestión del conocimiento son algunos elementos que progresivamente adopta y adapta las empresas.

En cuanto al manejo del marketing de servicios e ideas y de la comunicación global, facilitan el encuentro con el cada vez mayor interés de la empresa privada por vincularse y vincular su imagen a proyectos de carácter cultural, educativo y de trascendencia social.

⁸ Reflexiones sobre el valor, el precio y el coste de la Cultura.

Chile cuenta con una cantidad innumerable de museos en todo su territorio, y van desde museos de historia natural, museos referidos a personajes históricos, como el museo de Gabriela Mistral, en Vicuña IV Región, el museo de Benjamin Vicuña Mackenna, así como también museos dedicados a preservar la historia y cultura de ciertos lugares, como el museo precolombino de Quellón en Chiloé, X región. Cabe destacar, que existen museos privados y estatales. Existe una cantidad aproximada de 200 museos en funcionamiento dentro de los cuales son 23 los museos estatales asociados a la DIBAM (Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos) que a su vez están coordinados por la Subdirección Nacional de Museos cuya misión es contribuir al desarrollo armónico y sostenido de los museos además de apoyar a todas aquellas instituciones y museos estén o no asociados a la DIBAM que requieran del conocimiento y experiencia de sus profesionales.



Nº	Región	Capital	Superficie	Población ⁽²⁾
I	<u>Tarapacá</u>	<u>Iquique</u>	58.698,1 km ²	475.797
II	<u>Antofagasta</u>	<u>Antofagasta</u>	126.049,1 km ²	547.933
III	<u>Atacama</u>	<u>Copiapó</u>	75.176,2 km ²	272.402
IV	<u>Coquimbo</u>	<u>La Serena</u>	40.579,9 km ²	677.300
V	<u>Valparaíso</u>	<u>Valparaíso</u>	16.396,1 km ²	1.682.005
RM	<u>Región Metropolitana de Santiago</u>	<u>Santiago</u>	15.103,2 km ²	6.607.805
VI	<u>Libertador General Bernardo O'Higgins</u>	<u>Rancagua</u>	16.387,0 km ²	849.120
VII	<u>Maule</u>	<u>Talca</u>	30.296,1 km ²	975.244
VIII	<u>Biobío</u>	<u>Concepción</u>	37.062,6 km ²	1.982.649
IX	<u>La Araucanía</u>	<u>Temuco</u>	31.842,3 km ²	937.259
X	<u>Los Lagos</u>	<u>Puerto Montt</u>	67.013,1 km ²	1.168.241
XI	<u>Aisén del General Carlos Ibáñez del Campo</u>	<u>Coihaique</u>	109.648,1 km ²	100.417
XII	<u>Magallanes y de la Antártica Chilena</u>	<u>Punta Arenas</u>	132.297,2 km ² ⁽¹⁾	156.502

⁽¹⁾ Incluido el Territorio Chileno Antártico, 1.382.297,2 km²

⁽²⁾ Estimada al 30 de Junio de 2006 –

Fuente:INE Compendio Estadístico Año 2006

La composición étnica de Chile es relativamente homogénea, un mestizaje predominantemente blanco, aunque está marcada donde el grado de contribución amerindia es, en promedio de un 40 a un 35% en los estratos bajos, de un 25 a un 20% en los estratos medios, e insignificantes o inexistentes en los estratos altos. Debido a la dificultad de poder separar europeos de mestizos de carga blanca, frecuentemente no se cuenta el porcentaje de población blanca a excepción de algunos grupos de pequeñas colonias extranjeras. La población indígena (5% aproximadamente) también presenta grados variables de mestizaje

Pertenencia a pueblos indígenas (2002)					
<u>Alcalufes</u>	2.622	0,02%	<u>Mapuches</u>	604.349	4,00%
<u>Atacameños</u>	21.015	0,14%	<u>Quechua</u>	6.175	0,04%
<u>Aimara</u>	48.501	0,32%	<u>Rapa Nui</u>	4.647	0,03%
<u>Colla</u>	3.198	0,02%	<u>Yámana</u>	1.685	0,01%

Fuente: INE

Región de Valparaíso

La región de Valparaíso cuenta con una población de 1.539.852 según el Censo del año 2002 y cuenta con una superficie total de 16.396 km², esta situada entre los 32 y 34 grados de latitud sur desde los 70 grados de longitud oeste hasta el Océano Pacífico, se encuentra ubicada en la zona central del territorio nacional, además cuenta con los espacios insulares de Isla de Pascua, islas San Félix y San Ambrosio, y el Archipiélago de Juan Fernández.



Ciudad de Valparaíso

La ciudad de Valparaíso es el principal puerto de Chile, está ubicada en la zona central del país, a 118 kilómetros de la capital Santiago, sin embargo, durante su historia ha sido motor insustituible del desarrollo social, cultural y económico de la nación.

Sede del Poder Legislativo de la nación y declarada capital de institucionalidad cultural del país, alberga al gobierno regional y a la mayoría de las secretarías regionales del gobierno central (Seremis) y es asiento de la Armada de Chile.

Parte de la ciudad de Valparaíso ha sido declarada Patrimonio de la Humanidad.

El Área histórica de la ciudad está conformada por la Iglesia La Matriz, Plazuela Santo Domingo, Plaza Echaurren, Calle Serrano y entorno, Muelle Prat, lugar de atraque de los barcos y sector donde están las lanchas para salir a pasear por la bahía; plazas Sotomayor y Justicia, Museo del Mar, Calle Prat, Plazuela Turri y entorno, intermedio entre cerros Alegre y Concepción.

Datos Demográficos

La ciudad de Valparaíso cuenta con 401.6 superficie total comunal, con un 9.32% destinado al área urbana e industrial, 1.40% al área agrícola, y 32.28% al área de bosques.

Es una ciudad relativamente pequeña, con 276.474 habitantes donde se concentra alrededor del 60% de la población regional, de los cuales un 49.515 pertenece a la población masculina y un 50.49% pertenece a la población femenina.

Tiene una densidad de población de 688.43 y el porcentaje de población rural es de 0.27% y el porcentaje de población urbana es de 99.73%.

La población estimada en el año 2007 es de 464.173 hombres y 487.573 mujeres, con un total de población de 951.746 personas. Para el año 2020 se estima en la ciudad de Valparaíso una población estimada de 518.728 hombres y 542.638 mujeres, con un total de población de 1.061.366 personas.

El municipio destina el 0.12% de gasto en transferencias a programa sociales y culturales, lo cual es un muy bajo porcentaje si tomamos en cuenta que la ciudad es capital cultural y sede del consejo Nacional de la Cultura y las Artes.



Información Turística y Cultural.

Valparaíso fue declarada Patrimonio de la Humanidad el año 2003, además de ser capital cultural de Chile, donde encontramos el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, con calidad de ministerio.

Valparaíso cuenta con variados lugares donde es posible admirar la belleza de la ciudad es decir miradores, además también cuenta con variados museos, ya sean públicos o privados, centros culturales, y múltiples actividades respecto a la cultura y el turismo que son posibles desarrollar en una ciudad donde llegan diferentes tipos de turistas y donde el modo de vida en si ya es un atractivo cultural.

Encontramos dentro de los atractivos turísticos y culturales los ascensores de Valparaíso, existen 15 ascensores en la actualidad de los cuales 5 son de propiedad municipal y los 10 restantes pertenecen a 4 empresas privadas; también encontramos el muelle Prat, donde se pueden realizar paseos en lancha y admirar la ciudad en todo su esplendor, la iglesia anglicana Saint Paul que es una construcción que data de 1858 con un estilo gótico y sin torre, además del Museo La Sebastiana, uno de los principales atractivos ya que este Museo alberga obras del artista Pablo Neruda, además de haber sido su casa.

Específicamente en el Cerro Concepción, encontramos atractivos turísticos como el Mirador Atkinson y el mirador Gervasoni, hoteles de alta categoría y bed and breakfast, restaurantes también de alto renombre a nivel de ciudad y regional, empresas como el Diario El Mercurio.

Cabe destacar que encontramos a su vez, en un sector cercano al cerro Concepción, el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, con calidad de ministerio, quien se encarga de realizar actividades culturales para que la ciudadanía se involucre aun más con la cultura.

Existen en Chile diferentes cultores individuales acerca de creaciones artísticas, los cuales se encargan de recrear la cultura por el país, ellos se componen de técnicos, productores, intérpretes y profesores, de los cuales la siguiente tabla detalla:

Área Artística	Total de cultores	Porcentaje
Música	3.651	25,7%
Artes Visuales ⁵	5.334	37,5%
Artes Audiovisuales	954	6,7%
Artes Escénicas	1.183	8,3%
Artes Coreográficas	680	4,8%
Literatura Oral y Escrita	1.946	13,7%
Área Transversal ⁶	474	3,3%
Total	14.222	100%

Fuente: Cartografía Cultural de Chile, 2001

En cuanto a actividades e infraestructura con las que cuenta el país, son variadas y las podemos dividir en:

Área Creación

- Cine
- Video
- Artes visuales
- Fotografía
- Espectáculos públicos
- Libros
- Fonografía

Área Patrimonio

- Bibliotecas
- Museos
- Archivos
- Bienes y sitios patrimoniales

Área Recreación

- Espectáculos deportivos
- Turismo

Área Medios de Comunicación

- Radio
- Internet
- Televisión
- Diarios y revistas

Respecto al área de creación esta en primer lugar el cine, y aquí esta una estadística de cuantas salas de cine y su capacidad según región del país.

CUADRO 1 SALAS DE CINE Y CAPACIDAD, SEGÚN REGIÓN, 2005

REGIÓN	Número de salas	Capacidad (butacas)
TOTAL	290	72.672
I de Tarapacá	8	2.424
II de Antofagasta	11	2.340
III de Atacama	3	2.430
IV de Coquimbo	7	2.113
V de Valparaíso	27	6.271
VI de O'Higgins	6	1.488
VII del Maule	13	3.492
VIII del Bio-Bío	19	5.386
IX de La Araucanía	17	3.603
X de Los Lagos	14	3.518
XI Aysen	1	350
XII de Magallanes y Antártica	1	474
Metropolitana de Santiago	163	38.783

FUENTE: Cámara de Distribuidores Cinematográficos, CADIC.

De este gráfico podemos desprender que la región de Valparaíso es la segunda a nivel nacional que cuenta con mayor cantidad de salas de cine.

CUADRO 10 ASISTENTES A FUNCIONES DE VIDEO, POR TIPO DE ENTRADA, SEGÚN REGIÓN, 2005

REGIÓN	Total	TIPO DE ENTRADA	
		Pagada	Gratuita
TOTAL PAÍS	406.924	105.993	300.931
I de Tarapacá	2.180	-	2.180
II de Antofagasta	2.725	-	2.725
III de Atacama	25.320	5.250	20.070
IV de Coquimbo	34.641	-	34.641
V de Valparaíso	21.607	1.630	19.977
VI de O'Higgins	23.926	662	23.264
VII del Maule	7.505	1.603	5.902
VIII del Bio-Bío	42.243	15.593	26.650
IX de La Araucanía	29.231	1.510	27.721
X de Los Lagos	27.721	8.046	19.675
XI Aysen	2.570	140	2.430
XII de Magallanes y Antártica	8.135	-	8.135
Metropolitana de Santiago	179.120	71.559	107.561

-: No hubo venta de entradas.

FUENTE: Encuesta de espectáculos públicos, INE.

El cuadro anterior señala la cantidad de asistentes a actividades donde se exhibían películas en formato de video, en las exhibiciones pagadas la región cuenta con el quinto lugar, y en exhibiciones gratuitas cuenta con el séptimo lugar.

CUADRO 20 PORCENTAJE DE POBLACIÓN QUE ASISTIÓ A EXPOSICIONES DE ARTES VISUALES¹, SEGÚN REGIÓN, 2005

REGIÓN	PORCENTAJE DE ASISTENCIA DE LA POBLACIÓN A EXPOSICIONES DE ARTE ²		
	Ha ido	No ha ido	TOTAL
TOTAL	25,6	74,4	100,0
I de Tarapacá	36,2	63,8	100,0
II de Antofagasta	21,6	78,4	100,0
III de Atacama	45,4	54,6	100,0
IV de Coquimbo	21,8	78,2	100,0
V de Valparaíso	24,6	75,4	100,0
VI de O'Higgins	17,1	82,9	100,0
VII del Maule	25,0	75,0	100,0
VIII del Bío-Bío	29,0	71,0	100,0
IX de La Araucanía	26,8	73,2	100,0
X de Los Lagos	19,4	80,6	100,0
XI Aysen	15,8	84,2	100,0
XII de Magallanes y Antártica	26,9	73,1	100,0

1 En la Encuesta de Consumo Cultural y Uso del Tiempo Libre 2005, la categoría exposiciones de artes visuales incluye pintura, fotografía, escultura, grabado, instalación, dibujo, comics y otros, definidos por los entrevistados.

2 En los 12 meses inmediatamente anteriores a la aplicación de la encuesta.

FUENTE: Encuesta de Consumo Cultural y Uso del Tiempo Libre 2005, CNCA-INE (Sólo levantada en regiones de la I a la XII).

El cuadro revela que la quinta región está dentro de la media nacional en la asistencia de la población a exposiciones de arte.

CUADRO 21 PORCENTAJE DE POBLACIÓN QUE ASISTIÓ A EXPOSICIONES DE ARTES VISUALES, POR TIPO, SEGÚN REGIÓN, 2005

REGIÓN	PORCENTAJE DE ASISTENCIA POR TIPO DE EXPOSICIÓN ¹								TOTAL
	Pintura	Fotografía	Escultura	Dibujo	Grabado	Instalación	Comics	Otro	
TOTAL	77,2	11,1	4,3	1,8	0,8	0,6	0,5	3,7	100,0
I de Tarapacá	79,7	10,9	3,2	3,4	0,9	0,0	0,0	1,9	100,0
II de Antofagasta	69,9	18,6	7,7	0,0	0,0	1,8	0,0	2,0	100,0
III de Atacama	95,8	4,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
IV de Coquimbo	74,6	15,4	1,8	0,0	2,4	0,0	5,8	0,0	100,0
V de Valparaíso	77,2	11,8	5,4	2,9	0,5	0,0	0,2	2,0	100,0
VI de O'Higgins	59,9	29,5	3,9	1,5	0,0	0,0	2,2	3,0	100,0
VII del Maule	82,9	1,7	7,5	0,0	0,0	0,0	0,0	7,9	100,0
VIII del Bío-Bío	76,4	7,4	4,7	2,5	1,5	1,0	0,0	6,4	99,9
IX de La Araucanía	71,7	16,7	4,0	0,5	1,3	1,1	0,0	4,6	99,9
X de Los Lagos	79,1	13,0	0,0	3,1	0,0	0,7	0,0	4,0	99,9
XI Aysen	53,5	15,1	0,0	0,0	6,4	0,0	0,0	24,9	99,9
XII de Magallanes y Antártica	89,1	1,6	9,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	99,9

1 Porcentajes válidos únicamente para quienes declaran haber asistido a exposiciones de artes visuales, a lo menos una vez, en los 12 meses inmediatamente anteriores a la aplicación de la encuesta.

Fuente: Encuesta de Consumo Cultural y Uso del Tiempo Libre 2005, CNCA-INE (Sólo levantada en regiones de la I a la XII).

En este recuadro se destaca la participación de la población con mayor cantidad de visitas en exposiciones de pintura, con un 77,2% y la exposición con menos porcentaje de asistencia de público es la de comics con un 0,2%. Este es un dato muy relevante, ya que el Museo de Lukas principalmente presenta exposiciones de caricaturas, por lo que este es una muestra de la gestión inmediata a realizar para revertir esta situación en la actualidad y en el futuro.

CUADRO 24 CANTIDAD DE EXPOSICIONES DE FOTOGRAFÍA ORGANIZADAS POR FOTO CLUBES, 2005

REGIÓN	EXPOSICIONES	
	Colectivas	Individuales
TOTAL	15	4
I de Tarapacá	-	-
II de Antofagasta	-	-
III de Atacama	-	-
IV de Coquimbo	-	-
V de Valparaíso	8	3
VI de O'Higgins	-	-
VII del Maule	-	-
VIII del Bío-Bío	3	-
IX de La Araucanía	-	-
X de Los Lagos	3	1
XI Aysen	-	-
XII de Magallanes y Antártica	1	-
Metropolitana de Santiago	-	-

- : No se registró movimiento.

FUENTE: Federación Chilena de la Fotografía.

El cuadro anterior demuestra las exposiciones realizadas sólo por foto clubes y no están especificadas ni contabilizadas las exposiciones realizadas por artistas independientes ni por centros culturales.

CUADRO 35 PORCENTAJE DE LA POBLACION QUE DECLARÓ ASISTIR A ESPECTÁCULOS DE MÚSICA, TEATRO Y/O DANZA, POR REGIÓN, 2005 ¹

REGIÓN	PORCENTAJE QUE DECLARÓ ASISTIR A ESPECTÁCULOS		
	Conciertos y/o recitales de música	Teatro	Danza
TOTAL	33,1	18,8	17,5
I de Tarapacá	37,4	20,9	22,3
II de Antofagasta	41,0	21,8	21,9
III de Atacama	35,8	30,7	15,1
IV de Coquimbo	41,9	20,6	13,6
V de Valparaíso	30,8	15,6	15,0
VI de O'Higgins	18,6	16,5	10,7
VII del Maule	41,4	18,1	21,9
VIII del Bío-Bío	35,5	17,8	22,1
IX de La Araucanía	30,8	25,8	21,8
X de Los Lagos	25,6	16,4	8,9
XI Aysen	50,0	14,7	19,5
XII de Magallanes y Antártica	23,9	19,5	14,0

¹ En los 12 meses inmediatamente anteriores a la aplicación de la encuesta.

FUENTE: Encuesta de Consumo Cultural y Uso del Tiempo Libre 2005, CNCA-INE (Sólo levantada en regiones de la I a la XII).

De las actividades que se distinguen en el recuadro, el Teatro es la actividad que menos participación tiene en la población.

CUADRO 47 TÍTULOS DE LIBROS REGISTRADOS EN I.S.B.N.¹, POR REGIONES, 2005

REGIÓN	Títulos	Porcentaje
TOTAL	3.565	100%
I de Tarapacá	17	0,48%
II de Antofagasta	33	0,93%
III de Atacama	3	0,08%
IV de Coquimbo	18	0,50%
V de Valparaíso	139	3,90%
VI de O'Higgins	7	0,20%
VII del Maule	31	0,87%
VIII del Bío-Bío	70	1,96%
IX de La Araucanía	57	1,60%
X de Los Lagos	44	1,23%
XI Aysen	4	0,11%
XII de Magallanes y Antártica	18	0,50%
Metropolitana de Santiago	3.124	87,63%

1 I.S.B.N. : International Standard Book Number.

FUENTE: I.S.B.N. Informe Estadístico 2005, Cámara Chilena del Libro.

Cabe destacar que la quinta región es la segunda en tener más títulos del país. Esto también es muy importante, debido a que el Museo de Lukas cuenta con publicaciones de Lukas.

Respecto al área de Patrimonio tenemos los siguientes datos:

CUADRO 69 RED DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS, DEPENDIENTES O EN CONVENIO CON LA DIBAM, POR REGIÓN, 2005

Región	Total bibliotecas públicas ¹	Bibliotecas centrales	Bibliotecas filiales	Servicios móviles ²
TOTAL	412	372	40	27
I de Tarapacá	18	16	2	-
II de Antofagasta	14	14	-	-
III de Atacama	11	11	-	1
IV de Coquimbo	17	17	-	1
V de Valparaíso	50	47	3	1
VI de O'Higgins	34	34	-	2
VII del Maule	31	30	1	-
VIII del Bío-Bío	53	48	5	5
IX de La Araucanía	57	35	22	2
X de Los Lagos	46	46	-	11
XI Aysen	14	10	4	1
XII de Magallanes y Antártica	14	14	-	-
Metropolitana de Santiago	53	50	3	3

1 La biblioteca pública municipal o comunal es la principal de la comuna y en muchos casos cumple la función de biblioteca "madre", cuando de ella dependen bibliotecas filiales. La biblioteca central es responsable de entregar la asesoría y capacitación al personal de la filial. El total no incluye a los servicios móviles.

2 En los servicios móviles sólo se consideran los que entregaron estadística durante el año 2005.

FUENTE: DIBAM, Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos.

Se destaca que la región de Valparaíso está dentro de los primeros lugares en contar con bibliotecas públicas y bibliotecas centrales, además es una de las pocas regiones que cuenta con bibliotecas filiales y servicios móviles.

CUADRO 77 MUSEOS DIBAM, POR REGIÓN, 2005

REGIÓN	Cantidad
TOTAL	26
I de Tarapacá	-
II de Antofagasta	1
III de Atacama	1
IV de Coquimbo	4
V de Valparaíso	2
VI de O'Higgins	1
VII del Maule	3
VIII del Bío-Bío	2
IX de La Araucanía	1
X de Los Lagos	2
XI Aysen	-
XII de Magallanes y Antártica	2
Metropolitana de Santiago	7

--: No existe museo DIBAM.

FUENTE: DIBAM, Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos.

Queda de manifiesto, que si bien existe una cantidad considerable de museos a lo largo de la región, solamente 2 de ellos pertenecen a la DIBAM y uno de ellos está situado en la ciudad de Valparaíso.

CUADRO 81 PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN QUE DECLARA HABER VISITADO MUSEOS, SEGÚN REGION, 2005

REGIÓN	HA VISITADO MUSEOS (%) ¹		
	Sí	No	Total
TOTAL	3,4	96,6	100,0
I de Tarapacá	5,9	94,1	100,0
II de Antofagasta	2,4	97,6	100,0
III de Atacama	3,5	96,5	100,0
IV de Coquimbo	2,8	97,2	100,0
V de Valparaíso	3,9	96,1	100,0
VI de O'Higgins	0,9	99,1	100,0
VII del Maule	3,3	96,7	100,0
VIII del Bío-Bío	4,6	95,4	100,0
IX de La Araucanía	2,1	97,9	100,0
X de Los Lagos	3,2	96,8	100,0
XI Aysen	1,9	98,1	100,0
XII de Magallanes y Antártica	2,0	98,0	100,0

¹ En los 12 meses inmediatamente anteriores a la aplicación de la encuesta

FUENTE: Encuesta de Consumo Cultural y Uso del Tiempo Libre 2005, CNCA-INE (Sólo levantada en regiones de la I a la XII).

El porcentaje de población en general que visita museos es muy baja y esto se debe a la falta de incentivo por parte de las instituciones museísticas y porque la comunidad en general prefiere otros tipos de manifestaciones culturales específicamente los más masivos como la televisión.

Respecto al área de Recreación tenemos lo siguiente:

CUADRO 96 ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO, DE ALIMENTACIÓN, CAMPING Y AGENCIAS DE VIAJE, 2005

REGIÓN	Establecimientos			
	Alojamiento turístico ¹	Alimentación ²	Camping	Agencias de viaje
TOTAL	3.470	3.000	479	1.042
I de Tarapacá	177	112	13	91
II de Antofagasta	178	135	6	46
III de Atacama	108	140	9	19
IV de Coquimbo	251	185	52	62
V de Valparaíso	463	754	14	170
VI de O'Higgins	124	132	36	24
VII del Maule	184	184	58	13
VIII del Bío-Bío	243	227	64	44
IX de La Araucanía	234	229	53	47
X de Los Lagos	795	406	125	141
XI Aysen	251	85	26	19
XII de Magallanes y Antártica	246	119	8	114
Metropolitana de Santiago	216	292	15	252

ELABORACION: SERNATUR, Departamento de Planificación.

¹ Incluye hoteles, apart-hoteles, moteles, cabañas, hostales, residenciales, hosterías, hospedajes familiares, albergues, refugios, resorts y lodges.

² Incluye restaurantes y otros servicios de alimentación.

FUENTE: Servicio Nacional de Turismo, SERNATUR. Direcciones Regionales de Turismo.

El recuadro demuestra que la región de Valparaíso cuenta con una cantidad considerable de alojamientos turísticos y lugares para poder alimentarse, además de numerosas agencias de

viajes. Esto se debe a que tanto Valparaíso como viña del mar cuentan con atractivo natural y artístico y cultural.

Respecto al Área de comunicación tenemos los siguientes datos:

CUADRO 109 PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN QUE HABITUALMENTE ESCUCHA RADIO, SEGÚN REGIÓN, 2005

REGIÓN	PORCENTAJE DE POBLACIÓN QUE ESCUCHA RADIO HABITUALMENTE ¹		
	Sí	No	TOTAL
TOTAL	93,7	6,3	100,0
I de Tarapacá	88,8	11,2	100,0
II de Antofagasta	96,4	3,6	100,0
III de Atacama	96,3	3,7	100,0
IV de Coquimbo	95,6	4,4	100,0
V de Valparaíso	92,9	7,1	100,0
VI de O'Higgins	95,7	4,3	100,0
VII del Maule	85,4	14,6	100,0
VIII del Bío-Bío	94,5	5,5	100,0
IX de La Araucanía	94,5	5,5	100,0
X de Los Lagos	96,0	4,0	100,0
XI Aysen	92,5	7,5	100,0
XII de Magallanes y Antártica	97,6	2,4	100,0

¹ En la semana inmediatamente anterior a la aplicación de la encuesta.

Fuente: Encuesta de Consumo Cultural y Uso del Tiempo Libre 2005, CNCA-INE (Sólo levantada en regiones de la I a la XII).

Este recuadro indica que la quinta región esta dentro de las regiones que menos escuchan radio en comparación de las otras regiones.

CUADRO 116 PORCENTAJE DE PERSONAS CON ACCESO A INTERNET, SEGÚN NIVEL SOCIOECONÓMICO, 2005

NIVEL SOCIOECONÓMICO	Porcentaje
TOTAL (todos los niveles)	41,5
Muy alto y alto (ABC1)	77,5
Medio alto (C2)	64,3
Medio (C3)	45,3
Medio bajo (D)	24,2
Bajo (E)	10,2

FUENTE: Encuesta Nacional de Televisión 2005, Consejo Nacional de Televisión CNTV.

Este recuadro indica que un alto porcentaje de la población tiene acceso a Internet, lo cual es una herramienta comunicacional muy fuerte y que tiene que ser tomado en cuenta al momento de realizar alguna campaña de publicidad, marketing y estrategias.

Museos

Valparaíso cuenta con una cantidad medible de museos, ya sean públicos o privados, de los cuales solo uno pertenece a la DIBAM (Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos) que es el Museo de historia Natural de Valparaíso.

Actualmente la ciudad cuenta con los siguientes museos:

- Casa museo La Sebastiana
- Museo de Historia Natural
- Museo Organológico
- Museo Naval
- Museo Lord Thomas Cochrane
- Museo de Bella Artes
- Museo a Cielo Abierto
- Casa-Mirador de Lukas

Es precisamente en este museo donde se realizara la investigación y proyecto.

1.3 Dinámica Sectorial

El Museo de Lukas se encuentra ubicado en el Cerro Concepción, específicamente en el Paseo Gervasoni, donde se ubica el Ascensor Concepción y frente al paseo el Reloj Turri.

Ascensor Concepción

El Ascensor Concepción pertenece a la Compañía de Ascensores Mecánicos de Valparaíso, la que fue fundada en 1882, por don Liberio E. Briebe Pacheco. Nace por iniciativa pionera de inmigrantes europeos que se radican y colaboran en la urbanización de los cerros Alegre Y Concepción.

El Ascensor Concepción ubicado en la calle Prat del plan de Valparaíso e inaugurado en el año 1883, fue el primero que se construyó en la ciudad, y se caracterizó en un comienzo por funcionar con contrapeso de agua, gracias al vapor generado en una caldera.

Hoy, en tanto, su fuente de energía es eléctrica. También llamado Ascensor Turri, por ubicarse frente a la característica torre del Reloj de la ciudad, este ascensor constituye un hito para la ciudad, por su antigüedad y ubicación, que lo conectan con uno de los cerros más importantes y atractivos de Valparaíso, el Cerro Concepción.

Su imagen y presencia urbana dentro del contexto del plan se conforman a través de un acceso estrecho que se hace presente por su típico farol y letrero, que ya es reconocido desde su creación por los porteños que diariamente utilizan este ascensor. Espacialmente, y considerando que es el más antiguo de la ciudad, este ascensor nos habla también de la historia de Valparaíso, ya que el lugar donde se encuentra y sus alrededores no han cambiado mucho en el último siglo. El reloj Turri que preside el lugar es el elemento urbano más reconocible dentro de los hitos arquitectónicos que posee el plan de la ciudad. El pasillo que separa al ascensor de la agitada y

ruidosa conjunción entre calle Prat y Cochrane, para dar paso a calle Esmeralda, permiten poner algo de pausa y tranquilidad al paso desde el pleno centro de Valparaíso hasta la vida apacible y relajada que se vive en una barrio de cerro, recorrido que el Ascensor Concepción posibilita. En cuanto a su estación superior, ésta se encuentra justo a la salida del popular y tradicional paseo Gervasoni, uno de los más admirables de Valparaíso, para luego conducir hacia la parte habitacional del Cerro Concepción.



Fuente: Elaboración Propia.



Fuente: Elaboración Propia.

Paseo Gervasoni

Ubicado en el Cerro Concepción, su acceso es desde Calle Papudo hasta Pasaje Templeman, por Calle Prat, subiendo por el Ascensor Concepción.

Emplazado en lo que fueron durante la Colonia los terrenos del Fuerte Concepción, destinado a la defensa de la bahía contra las incursiones piratas, y del que nunca se disparó un sólo tiro.

Desde este Paseo se puede apreciar la Bahía y la Ciudad de Valparaíso.

Se estima que su nombre se deba al hecho de haber vivido allí don Tomás Gervasoni, Cónsul Honorario de Italia en Valparaíso.



Fuente: Elaboración Propia.



Fuente: Elaboración Propia.

Diario “El Mercurio de Valparaíso”

El Mercurio de Valparaíso es el periódico en circulación más antiguo de Chile y del mundo en lengua castellana, publicado en forma ininterrumpida

El Diario El Mercurio tuvo su aparición, el 12 de septiembre de 1827, pero es solo a partir del 5 de mayo de 1829 que inicia sus ediciones diarias.

Durante todos estos años de funcionamiento El Mercurio S.A.P. ha realizado una serie de modernizaciones tecnológicas y empresariales y ha incrementado la cadena regional de diarios, dotando a siete ciudades de sus propios medios de prensa. En este mismo período, la empresa cambió sus oficinas centrales en Santiago de Chile, desde el edificio de Compañía a las actuales instalaciones de avenida Santa María.

En su existencia, el Diario El Mercurio ha cubierto todos los hechos noticiosos más relevantes de este siglo, dando cabida en sus páginas a los más brillantes pensadores y a destacados profesionales del periodismo escrito. Desde su nacimiento ha intentado aportar al desarrollo de la economía, la cultura, la política y la educación, elevando el nivel de la información y la calidad de la comunicación social del país.

Su entrada principal es por calle Esmeralda, pero su edificio colinda con uno de los paseos-miradores importantes del cerro Concepción, como el Paseo Atkinson.



Para situarlos de una mejor manera sobre la institución que versa este proyecto les daré algunos datos de importancia sobre el Museo.

Nombre Institución: Casa-Mirador de Lukas
Fundación a la que pertenece: Renzo Pecchenino.
Año de Inauguración: 1990
Región: Valparaíso
Ciudad: Valparaíso.
Dirección: Paseo Gervasoni # 448, Cerro Concepción.
Teléfono: 2221344
Pagina WEB: www.lukas.cl
Mail de contacto: prensa@lukas.cl
Días de funcionamiento: Martes a Domingo
Horario: 11:00 a 18:00 Horas
Director: Rafael Torres Arredondo.

En cuanto a la Fundación, el directorio esta compuesto por:

Fundador: Don. Pedro Ibáñez Ojeda (Q.E.P.D.)
Presidenta Honoraria: María Teresa Lobos de Pecchenino
Presidente: Beltrán Urenda Zegers
Vicepresidenta Ejecutiva: Eugenia Garrido de Vargas
Directores: Macarena Urenda Salamanca
Sergio Pinto Romani
Ignacio Torres Uribe

En cuanto al Museo, esta compuesto por la siguiente Plana Administrativa:

Director Casa-Mirador: Rafael Torres A.
Secretaria: Alfonsina Silva O.
Asistente Administrativo: Alex Salinas
Contadora: Marcela Guerrero

EL Museo de Lukas es un museo privado, ubicado en un sector declarado patrimonio de la humanidad, donde además hay un paseo-mirador como es el Paseo Gervasoni y a su alrededor cuenta con un área gastronómica reconocida por la ciudadanía, galerías de arte, tiendas dedicadas a la artesanía, es decir, todo un lugar y un ambiente destinado al desarrollo del turismo.

El Paseo Gervasoni es un mirador de Valparaíso con una vista del sector centro de la ciudad, donde lo primero que se asoma es el Reloj Turri, luego de un pequeño recorrido se encuentra el Ascensor Concepción, para a la salida de este en el mirador se encuentra el Café Turri. Siguiendo el recorrido se encuentra el Museo de Lukas y finalmente el Hotel Gervasoni.

Todo esto dentro de un mismo sector, sin contar los innumerables atractivos que se pueden encontrar como, la Iglesia Saint Paul, en el cerro Alegre se puede encontrar el Ascensor Reina Victoria, la iglesia San Luis, el mirador Yugoslavo, el diario El Mercurio, que esta muy ligado con la obra del caricaturista Lukas, ya que él durante muchos años retrato a la sociedad de la época en las caricaturas del diario, siendo un legado que dejo a la comunidad y el mayor recuerdo en ésta.

Además en el cerro se encuentra la oferta gastronómica más fuerte del sector, con variedades donde la afluencia de distintos tipos de personas hace que el sector cuente con una diversidad única en Valparaíso.

Considerando el sector como uno de los puntos mas turisticamente atractivos hay que destacar que el sector ha demandado la instalación y restauración de antiguas casas, para transformarlas en lo que actualmente se denominan Hotel Boutique, que se refiere a hoteles con una pequeña cantidad de habitaciones, pero con una alta calidad en el servicio, mas bien son hoteles temáticos y están dirigidos a adultos-adultos jóvenes con capacidad monetaria, lo que evidentemente atrae a muchos turistas extranjeros y nacionales quienes son potenciales visitantes del Museo de Lukas.

1.4 Encuadre en el Contexto de Otras Políticas

1.4.1 Políticas Culturales de los diferentes agentes

En primer lugar debemos definir lo que son las Políticas Culturales y son *“Modelos de organización cultural destinados a la sociedad. Esto modelos son generalmente votados democráticamente a través de partidos políticos. Entendemos que estas deben ir dirigidas a la consecución de una mayor calidad de vida por parte del ciudadano garantizando mecanismos destinados a la conservación, protección, uso y disfrute del patrimonio cultural por parte de la sociedad de la que es fruto, y garantizando su sostenibilidad de cara al futuro”*.

La UNESCO tiene una responsabilidad de primer orden para ayudar a alcanzar el objetivo del cumplimiento de las políticas culturales a nivel mundial y que no solamente fue formulada, sino también confirmada por la Conferencia de Estocolmo. Es la razón por la que se ha creado un nuevo programa de Políticas Culturales para el Desarrollo que fue aprobado por la 30ª Conferencia General de la UNESCO.

Este nuevo programa se basará en un triple eje:

- Seguimiento, colecta y difusión del conocimiento y la información, y creación de vínculos entre la comunidad de investigadores y la de decidores políticos. Así, la UNESCO desempeñará su papel de observatorio y de oficina central, estableciendo relaciones entre las instituciones y los servicios existentes, encargados de estudiar, documentar y fomentar las políticas culturales.
- Proponer servicios de refuerzo de sus capacidades a los Estados Miembros y a otros actores del ámbito de la política cultural. El objetivo será doble: estimular la reflexión acerca de los modos de ampliar los marcos de política cultural, y proponer formación y

servicios de asesoramiento para establecer las políticas culturales y mejorar la gestión y la administración en el seno de y para las instituciones culturales.

- Refuerzo de la promoción y de la reflexión sobre las políticas culturales para el desarrollo.

El objetivo final consiste en promover las políticas públicas que reconocen el papel crucial de la cultura en el desarrollo movilizándolo y compartiendo la información y el nuevo conocimiento en este ámbito, facilitando la elaboración de marcos de política más amplios, y reforzando el potencial local a este respecto.

*"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 una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias"*⁹

Debido a lo anterior es que todo tipo de acciones y actividades para la comunidad y desarrolladas por la comunidad deben de ser apoyadas y en algunas ocasiones financiadas por las entidades culturales y sociales gubernamentales, ya que van en pro de una identidad local y porque no decirlo una identidad nacional y a su vez latinoamericana, así también se incentivan las propuestas de colectividades como centros comunitarios, centros culturales y demás para crear nuevos proyectos y para apoyar los ya existentes en virtud de un mejoramiento y de un mayor interés a nivel de todos los sectores tanto social como económico del país.

Se reconoce que en un marco democrático la sociedad civil irá adquiriendo progresivamente una importancia en el campo cultural dado que el acceso y la participación en la vida cultural, son un derecho inherente de las personas de toda comunidad, por lo tanto los Gobiernos están obligados a crear las condiciones necesarias para el pleno goce de este derecho de conformidad con el Artículo 27 de la Declaración Universal de Derechos Humanos.¹⁰

La finalidad principal de las políticas culturales es fijar los objetivos, crear las estructuras y obtener los recursos adecuados para crear un medio humano favorable, la armonía entre la cultura y el desarrollo incluyendo a su vez la tecnología, el respeto por las identidades culturales, la tolerancia por las diferencias culturales en un marco de valores democráticos pluralistas, de equidad socioeconómica y de respeto por la unidad territorial y por la soberanía nacional.

Las políticas culturales deben ser implementadas en coordinación con otras áreas de la sociedad en un enfoque integrado. Toda política para el desarrollo debe ser profundamente sensible a la cultura misma.

El diálogo entre las culturas debe constituir una meta fundamental de las políticas culturales y de las instituciones que las representan a nivel nacional e internacional, la libertad de expresión universal es indispensable para esta interacción y su participación efectiva en la vida cultural, también deberán estar dirigidas a mejorar la integración social y la calidad de vida de todos los miembros de la sociedad sin discriminación.

⁹ Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales.

¹⁰ Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales.

1.4.2 Política cultural de la organización gestora Proyecto Museo de Lukas

La política cultural del Museo de Lukas se refiere a un contexto, en donde la Fundación a la cual pertenece el Museo tiene que estar contemplada la acción social ya que al ser una institución sin fines de lucro debe aportar a la sociedad en los siguientes aspectos:

- Educación, debido al carácter que tiene el Museo, el educativo es uno de los más importantes, ya que los visitantes del museo Lukas, son principalmente estudiantes y niños, que aunque van acompañados por adultos, la finalidad es poder aprender sobre las costumbres chilenas, sobre la historia y sobre los personajes de Chile, desde el punto de vista del humor y la caricatura, sin dejar de lado la historia.
- Integración respecto a que une las temáticas dentro del Museo de caricaturas, humor, historia, videos; y fuera del museo, es decir su entorno más cercano, integra al sector donde se encuentra, haciéndolo atractivo desde el punto del turismo, donde convergen espacios como restaurantes, museos, tiendas de artesanía hoteles, etc.
- Patrimonio, ya que rescata las obras de Lukas, que en sí es una parte del patrimonio del país, además de conservar y preservar la casa donde se alberga el museo, que es una casa que data des finales del siglo XVIII y debido a su restauración, se acomoda y permite que el museo siga en funcionamiento.
- Identidad, donde además rescata, conserva y difunde una identidad local, porteña y nacionalista.

1.5 Origen- Antecedentes Proyecto Museo LUKAS

1.5.1 Origen / Punto De Partida Proyecto Museo de Lukas

• Identificación Del Origen De La Propuesta

El origen del proyecto en el Museo de Lukas radica en la necesidad de intervenir el museo a un nivel museológico, es decir, la forma y modo en que se desarrollan las actividades como exposiciones, gestión, alianzas, red comunicacional, marketing y la intervención de espacios que permitan mayor difusión, conocimiento y presencia del museo a nivel ciudadano, de tal manera de apropiarse del sector donde el museo físicamente esta inmerso ya que se encuentra en uno de los paseos más visitados y con más demanda del turismo.

La casa donde funciona el museo es de propiedad de la Fundación Renzo Pecchenino, esto permite que las intervenciones que puedan efectuarse en la casa se desarrollen de una manera óptima, por cuanto no existe mayor preocupación de que el espacio a intervenir quede destinado ya sea a salas de exposiciones o sala de exhibiciones audiovisuales porque la casa fue adquirida para la instalación del museo. Esto ya fue posible una vez, debido a que en el año 2004 la casa tuvo que ser restaurada debido a problemas en su estructura original, porque los materiales con los que estaba edificada la casa estaban dañados y había una incipiente plaga de termitas a la vez que con el mismo peso de los materiales con lo que la casa estaba construida, hacia que tuviera mas peso, y esto producía que la casa se hundiera de manera permanente y por el deterioro de los años. A raíz de esto el museo estuvo cerrado para el público alrededor de dos años, por lo que

evidentemente se perdió de la memoria colectiva la existencia del Museo de Lukas. En marzo del año 2006 el museo reabre nuevamente sus puertas con la restauración de la casa y además con la presencia de una colección más numerosa, es decir, los espacios permiten que la exposición sea mayor en cuanto a cantidad y por ende a calidad también se refiere. Pero aun así, con la casa restaurada y una perfección en la presentación de las exposiciones, el museo no es considerado dentro de los circuitos turísticos por excelencia que se dan en el sector, y la comunidad más cercana al entorno del museo esta en desconocimiento de las actividades que este realiza y de la exactitud donde de éste se encuentra, por lo que al venir los turistas y visitantes al sector, preguntan a la gente donde se encuentra el museo, se denota la falta de información de la población, esta es una agravante mayor si consideramos que el museo esta en funcionamiento alrededor de 10 años en el mismo lugar, además la señalética no es la apropiada para denotar la presencia del museo.

Junto con esto, se puede decir que las actividades culturales que realiza el museo son escasas, limitándose a esporádicos ciclos de cine y tertulias y a las exposiciones temporales que se realizan mensualmente.

Cabe destacar que Renzo Pecchenino LUKAS, dentro de todas sus actividades que realizó, tenía una columna en el Diario El Mercurio desarrollada por mas de 10 años, lo cual hace un atractivo directo si tomamos en consideración que, en primera instancia el Diario El Mercurio se encuentra ubicado en el sector circundante donde se ubica el museo, y en segunda instancia, constituiría un circuito turístico de interés y le daría mayor relevancia tanto para los residentes del sector, para la ciudad de Valparaíso y para los turistas que el edificio de este prestigioso diario por su parte trasera tuviera retratado las caricaturas del dibujante, con su personaje mas característico reconocido por la población y aludiendo a lo que Lukas siempre reflejó en sus dibujos: la forma de vida de un país, las costumbres, la historia de Chile.

Además realizó innumerables programas de televisión como entrevistas, caricaturas, etc., de los cuales en el museo sólo se exhiben las caricaturas, debido a que por falta de una gestión adecuada, no han podido rescatar los otros programas que hizo Lukas. Las caricaturas que actualmente se encuentran en el museo son exhibidas repetitivamente todo el día y todos los días en que el Museo esta abierto al público.

Respecto del nuevo tipo de museología y los servicios que deben prestar los museos no solo se refiere a la exhibición de obras, sino mas bien a una interacción, interrelación y a un movimiento cultural mayor que incentive y promueva la participación ciudadana, estar mas enfocado a un centro cultural, ya que en la actualidad la forma que tiene el museo de exhibir las exposiciones es anticuado y estático y no conlleva a una interacción con el visitante, a un circuito cultural dentro del museo, por lo tanto la visita se torna lineal, sin un movimiento creativo ni participativo del visitante.

Los servicios básicos que debe ofrecer el Museo son de:

- Exposiciones permanentes y temporales.
- Extensión cultural.
- Sitio Web.

Y como otros servicios anexos, pero no menos importantes son:

- Exposiciones itinerantes.
- Catalogo en línea.
- Reproducción de materiales.
- Tienda y cafetería.

En este último punto es que quiero detenerme ya que si bien el museo actualmente tiene un lugar habilitado en el primer nivel para el funcionamiento de la cafetería, este espacio debería estar destinado para la muestra de las colecciones ya sean de Lukas u otras exposiciones, o bien como salón de conferencias, o como salón audiovisual, es por esto que el museo cuenta con un espacio fuera de la casa, el cual esta totalmente en abandono y es justamente frente al Museo, un lugar de aproximadamente 20 mts cuadrados el cual si es intervenido con materiales acordes al sector, tendría un atractivo mucho mayor y sería una extensión del museo ya que no solamente estaría destinado al servicio de cafetería, sino que también, se exhibirían las obras del dibujante y también otro tipo de exposiciones y actividades culturales. Además desde un punto de vista más estratégico, sería una de las pocas cafeterías-sala de exposiciones con una vista panorámica directa al mar y a la ciudad, lo que sin duda es un atractivo para los visitantes, para el museo, como para quienes se hagan cargo de la concesión de la cafetería. Además de realizar un apropiado del Paseo Gervasoni, dándole más vida cultural al sector.

Biografía Renzo Pecchenino LUKAS

Renzo Antonio Giovanni Pecchenino Raggi, LUKAS, nació el 29 de mayo de 1934, en el pueblo italiano de Ottone, situado entre Genova y Milán. Tenía poco más de un año cuando llegó a Chile con sus padres, a Valparaíso.

Realizó sus estudios primarios y secundarios en la Scuola Italiana de esa ciudad. Posteriormente ingresó a la Escuela de Arquitectura de la Universidad Católica de Valparaíso, plantel que debió abandonar tras la muerte de su padre. Fue entonces cuando tuvo su primer encuentro formal con el mundo del arte al realizar algunos trabajos como letrista, dibujante y decorador de vitrinas. A instancias de Alfredo Silva Carvallo, su primera ilustración, pionera en su género, fue publicada el año 1958 en la página editorial del diario La Unión, bajo el seudónimo de LUKAS. A principios de los sesenta, Renzo Pecchenino vertía su talento simultáneamente en la revista Topaze/ El Pingüino/ Mampato, y en el citado matutino porteño.

En abril de 1964, el destacado caricaturista contrajo matrimonio con María Teresa Lobos Koyck, unión de la cual nacerían cinco hijos: Giulio, Antonella, Daniella, Renzo y Franco. Invitado por el Departamento de Estado, en 1965 se trasladó a Estados Unidos, donde trabajó para la institución Sacramento Bee, en California, y para Walter Thompson en Nueva York. Con el decidido apoyo del director Francisco Le Dantec, el 18 de diciembre de 1966 inició su colaboración con El Mercurio de Valparaíso. Día tras día sorprendía a sus lectores con punzantes comentarios de un suceso político, económico o magazinesco. Haciendo gala de un fino sentido

del humor, sus caricaturas, más que el simple reflejo de una situación particular, se transformaron en verdaderos retratos de nuestra idiosincrasia.

Habiendo ganado prestigio y reconocimiento en el medio, LUKAS extendió su labor a los diarios El Mercurio y La Segunda de Santiago, La Estrella de Valparaíso, Squire de Estados Unidos y O'Cruzeiro de Brasil.

Asimismo, incursionó exitosamente en el ámbito de la publicidad y la literatura, a través de ediciones especiales y libros históricos a los que aportó sus creaciones: Apuntes Porteños, Apuntes Viñamarinos, Contando a Chile y Bestiario del Reyno de Chile.

En 1977 su pluma dio a luz un nuevo personaje: "Don Memorario", entrañable exponente del alma nacional, que a diario protagonizaba animadas conversaciones con Florencio Aldunate, su interlocutor y fiel compañero.

Renzo Pecchenino recibió numerosas distinciones en el curso de su trayectoria profesional, tales como el premio especial Círculo de la Prensa de Valparaíso, en 1966; Premio SIP (Sociedad Interamericana de Prensa), en 1973; Premio Nacional de Periodismo, en 1981. En 1987 le fue otorgada la Nacionalidad por Gracia, debido a su señera labor como periodista y dibujante. Tras una larga y penosa enfermedad, falleció el 7 de febrero de 1988, a los 53 años de edad.



1.5.2 Antecedentes Relacionados con el Proyecto del Museo de Lukas

Respecto a proyectos similares de otros museos alrededor del mundo, se puede nombrar al museo GUGGENHEIM en Bilbao, España, el cuál debido a aportes públicos y privados, de la fundación Guggenheim, se dio inicio a la construcción de uno de los mayores y modernos museos de España, con 11.000 mt2 de espacios expositivos distribuido en 19 galerías, donde los servicios que ofrecen son de visitas guiadas, tienda, cafetería, guardarropía, colecciones de artistas Españoles y artistas europeos en general, también ha habido colecciones de fotografía contemporánea, arte americano, etc., lo cuál significa por su amplitud en infraestructura una variada muestra. Y así la construcción de éste proyecto implicó que la economía del País Vasco, aumentara los primeros 12 meses desde el funcionamiento del museo, y la generación de esa riqueza ha permitido mantener 3816 empleos que es un 0.51% de la población ocupada de Euskadi, además el grado de autofinanciación del museo ha sido de un 66.76% implicando durante su primer años de funcionamiento a 100 organizaciones respecto a patrocinadores y colaboradores.

Esto implica sin duda alguna el acceso cultural de la comunidad al arte contemporáneo, el equipamiento cultural en la ciudad y el papel importante en la recuperación del espacio y la identidad de la ciudad de Bilbao, ya que a su vez, genera un efecto de atracción y actividades sociales y económicas diversas que tienen repercusiones en el entorno.¹¹



Vista exterior Museo Guggenheim

¹¹ Reflexiones sobre el valor, el precio y el coste de la Cultura.



Vista Interior Museo Guggenheim



Vista Auditorio Museo guggenheim



Esculturas Exterior Museo Guggenheim

En cuanto a los antecedentes relacionados con el proyecto del Museo de Lukas, está la necesidad de implementar nuevos sistemas para la innovación y renovación de las exposiciones y exhibiciones del Museo, es decir, las salas de exposiciones hacerlas más atractivas en cuanto a atriiles, manera de montar la exposición, que exista una flexibilidad expositiva que permita al visitante realizar un circuito desde que entra al Museo, hasta que sale, que no solo sea pasar de una sala a otra, sino que exista una conexión e interacción entre una sala y otra y que a su vez, el visitante sienta la necesidad e invitación a seguir la exposición. Que exista una renovación permanente de las caricaturas, que existan otras instancias como concursos de caricaturas, concursos de historia que le permita al visitante adentrarse aún más en lo que fue la vida y obra de Lukas, y que las exposiciones de otros artistas no sólo estén en una sala del Museo, sino que recorran la casa, que exista una mezcla coordinada de las obras; y que exista una renovación en los comentarios y aportes que pueda dejar el visitante, que no sea solo por escrito, en un libro dejado en un lugar del museo, sino que también puedan hacerse mediante vía electrónica. En cuanto a las películas y programas de televisión que realizó Lukas, estos no se encuentran en el museo, por lo que cabe destacar, se realizarán las gestiones y alianzas pertinentes con los canales de televisión para que el museo cuente con el material audiovisual y poder exhibirlo y así aumentar el patrimonio del museo.

Para llegar al museo, actualmente se puede encontrar la información en algunos mapas que se entregan en el sector, o las personas que transitan por el sector lo hacen ya que se encuentran con el, pero sin duda hay que establecer una señalética adecuada que haga la distinción en donde se encuentra el Museo.

1.5.3 Situación Actual Museo de Lukas.

Antes de describir la situación actual del museo, debemos definir tres conceptos importantes referentes al Museo:

Territorio “área especial que se posee y es definida ya sea físicamente o por medio de reglas o símbolos que identifican al área como perteneciente a un individuo o un grupo. Estos símbolos pueden ser murallas, rejas, postes, cambios de textura, y una manera por medio del cual la gente territorializa es a través de la personalización”

Patrimonio Cultural “comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas.”¹²

Comunidad grupo o conjunto de personas o agentes que comparten elementos en común, elementos tales como un idioma, costumbres, valores, tareas, visión de mundo, edad, ubicación geográfica (un barrio por ejemplo), estatus social, roles, etc. Por lo general en una comunidad se crea una identidad común, mediante la diferenciación de otros grupos o comunidades (generalmente por signos o acciones), que es compartida y elaborada entre sus integrantes y

¹² Conferencia Mundial de la UNESCO, sobre el patrimonio cultural, celebrada en México el año 1982.

socializada. Uno de los propósitos de una comunidad es unirse alrededor de un objetivo en común, como puede ser el bien común. Aun cuando se señaló anteriormente basta una identidad en común para conformar una comunidad sin la necesidad de un objetivo específico.

Teniendo en claro estas definiciones, podremos entender a buen fin lo que se pretende en este proyecto.

El Museo de Lukas lleva en funcionamiento como tal 10 años, de los cuales sólo un año y medio que aplica un nuevo estilo en lo que a museografía se refiere con la ecuación **“Territorio- Patrimonio- Comunidad”** y esto se debe a su restauración y a la nueva administración, aunque cabe destacar que el nuevo modelo de museología que aplica el Museo de Lukas no está desarrollada a cabalidad, por cuanto el público que visita al museo es escaso, las personas pasan por fuera del museo, las delegaciones y turistas sólo se detienen en la puerta del museo, donde un guía turístico les da explicación del Museo de Lukas y del personaje LUKAS, peor no entran a visitarlo.

Al momento de querer llevar a cabo una propuesta innovadora tome en cuenta que el museo lleva solo un año y medio de reapertura, del cual personalmente he participado activamente por 9 meses en el desarrollo y puesta en marcha del museo, por lo que he detectado falencias y logros a lo largo del proceso de reapertura del museo.

El Museo de Lukas, actualmente ha desarrollando alianzas estratégicas con el instituto DUOC de Valparaíso, para que dentro de las actividades de extensión que se realizan, se sigan exhibiendo ciclos de cine y también que los estudiantes de teatro de esta casa de estudios puedan hacer sus presentaciones en actos como “el día del roto chileno”, en festividades como Fiestas Patrias y otras festividades que demandan la presencia de actividades culturales debido a la gran cantidad de público que asiste al museo en fechas importantes o en feriados nacionales y que transitan por el sector, esto a raíz que el museo además de realizar las actividades, quiere dar al emplazamiento un carácter más turístico, que no solo destaque por la bellaza de los miradores y la arquitectura, sino que también sea reconocido y visitado por las actividades artístico-culturales que se presentan.

En este sentidos ambas instituciones se verían favorecidas, tanto el instituto por mostrar a la comunidad una imagen de llegada hacia la cultura y el museo por difundirla y apoyarla, y es justamente eso lo que se busca en este proyecto, que el museo esté presente como difusor cultural, artístico y patrimonial en la comunidad y en el país.

Situación Entorno Urbano.

El Museo de Lukas se encuentra ubicado en el Cerro Concepción, el cual es uno de los cerros mas visitados de Valparaíso y se ubica dentro del casco histórico que fue declarado Patrimonio de la Humanidad.

Actualmente el Museo al ubicarse en uno de los cerros mas visitados, es a la vez también visitado por los turistas que llegan al sector, no por el echo de visitar el Museo, sino mas bien porque se “encontraron” con el.

La ubicación del Museo es muy cercana al Consejo Nacional de Cultura y las Artes, lo cual es una ventaja bastante grande, ya que se pueden realizar actividades en conjunto, con la “presencia” que tiene el consejo al lado del Museo de Lukas que es poco conocido en el sector y en la ciudad.

Cabe destacar que el museo de Lukas, no pertenece a la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, por lo que deja de contar con un apoyo bastante importante respecto a la difusión, manutención, ideas, financiamiento. Esto es debido a que la actual administración del museo, encuentra poco relevante que el museo este ligado directamente con dicha institución.

Situación Entorno Circundante

El Museo de Lukas se ubica en el Cerro Concepción, específicamente en el Paseo Gervasoni, donde podemos encontrar en Ascensor Concepción que fue inaugurado el año 1883, además del Café Turri que cuenta con un prestigio a nivel nacional y el Hotel Gervasoni, recientemente inaugurado que le da mas presencia al sector en cuanto al turismo.

Cercano al Paseo Gervasoni, encontramos al Cerro Alegre, donde es posible encontrar en conjunto con el Cerro Concepción el enclave mas importante y visitado por los turistas como es un sector gastronómico en aumento, librerías culturales, tiendas de artesanía y lugares afines al comercio y a la difusión cultural y turística.

Encontramos también el Diario El Mercurio, donde Lukas desarrollo gran parte de su carrera como caricaturista.

A pesar de las características antes descritas, existe un grave problema, ya que la gente no visita el Museo, ya sea por desconocimiento de la existencia del museo, por el precio que tiene el ingreso al museo, por el poco atractivo a simple vista del museo, es decir, no es posible apreciar mas que una simple casa restaurada cuando ingresa al museo, por la poca difusión del museo, porque en si la casa se muestra como una casa colonial, casi “pulcra” donde si no fuera por un cartel alusivo a un museo que se desprende de la casa, pasaría total y absolutamente inadvertido la existencia del Museo de Lukas.

Cabe destacar que existe un desconocimiento mayor en cuanto a la población del entorno del Museo acerca de la ubicación de este, ya que los residentes de los cerros Concepción y Alegre no saben de la existencia del museo, de las actividades que realiza, no son invitados a las inauguraciones de exposiciones ni a las actividades, no se realizan actividades en conjunto con los vecinos, no hay participación ciudadana en lo que respecta a las actividades del museo, lo cual obviamente es un punto en contra, ya que no existe mayor compromiso por parte de los habitantes del sector respecto a la cultura local, y en parte es una falla de la administración del museo, ya que ellos tienen que ser los encargados de estimular e incentivar a la población, a los residentes y a los turistas de conocer al personaje de Lukas, de difundir su obra mas allá de tener la exposición en un segundo piso de una casa restaurada del siglo XIX.

Situación Actual Museo de Lukas

Actualmente el Museo Casa-Mirador de Lukas es un museo estático, es decir, no cuenta con mayor activación en la gestión de museo ni de las obras en exhibición, siendo que la Fundación Renzo Pecchenino quien ampara al museo en cuanto al inmueble donde éste se encuentra y en cuanto a las colecciones de Lukas, las cuales fueron donadas por la fundación son bastantes, y van desde las obras originales de Lukas desde el comienzo de su carrera como caricaturista, hasta libros, los dibujos que Lukas enviaba al Diario El Mercurio, los dibujos sobre Valparaíso, etc.

La casa donde se encuentra el Museo es una casa construida a principio del siglo XIX la cual fue restaurada hace dos años atrás por lo que la casa quedó en perfectas condiciones conservando materiales originales; en cuanto a la exposición de obras es paupérrima, destinando sólo el segundo nivel de la casa, para la exhibición de obras, son tres salas para la exposición de caricaturas de Lukas y una sala para exposiciones temporales, las cuales duran solo un mes.

Esto claramente no es suficiente, ya que el museo cuenta con varias obras de Lukas y también cuenta con materiales para poner en exhibición todas las caricaturas, pero por falta de competencias, de iniciativa y de ganas de la actual administración, esto no se hace. Además no queda claro si lo que la administración del museo pretende es conservar la casa casi en su estado original o si bien pretende intervenirla [como lo fue en su restauración] para darle otra visión y otro uso de lo que es o debería ser el museo, ya que solamente se presentan cuadros colgando de las paredes, y no hay mayor intervención en lo que es la casa, como por ejemplo, caricaturas dibujadas en las paredes del museo, en las escaleras, en la chimenea, que todos sean caricaturas alusivas a lo que dibujaba Lukas, situaciones cotidianas con sarcasmo e ironía, que la gente se sienta identificada con lo que actualmente se vive, y como lo retrataba Lukas.

En el primer nivel de la casa se encuentra el Café de Lukas el cual ocupa un gran espacio dentro de la casa como también un espacio menor en el antejardín de la casa, lo cual confunde al visitante, ya que no queda claro a simple vista si es un museo o un café o en otras ocasiones un hotel. Esto da de manifiesto la impresión que al ser un museo, lo primero que debería ver el visitante son las obras de Lukas, ya que el café es un “anexo” un servicio que se ofrece al visitante.

En este sentido, la experiencia al trabajar en el museo me ha permitido distinguir que las personas al ver primero el café ya queda con una confusión, porque en si, el museo debería ser todo el sector, el paseo, el entorno y la casa donde se exhiben las obras sería la parte final del recorrido. Esto no sucede, por lo que el museo está perdiendo un espacio considerable, visitantes y un atractivo que puede ser mucho mayor.

Respecto del café que estaba en funcionamiento actualmente no lo está, debido a la mala gestión, falta de publicidad y falta de comunicación entre el concesionario, la administración del museo, y también falta de apoyo de personal para atender el café, sin dejar de lado la falta de público, lo que lógicamente hizo que financieramente fracasara.

También cuenta con una sala de reuniones la cual tiene capacidad para 60 personas donde se exhiben diariamente los videos de Lukas, los cuales antiguamente eran pasados por televisión [sus caricaturas], entrevistas, y cómo Lukas enseñaban a dibujar. Este salón es ocupado

normalmente por un flujo de personas no mayor a 10 durante todo el día y queda en total abandono el espacio restante, el cual podría ocuparse en la exhibición de obras y caricaturas de Lukas como en otras actividades culturales.

Actualmente el museo cuenta con una pantalla gigante y un data show donde es posible admirar de mejor manera las caricaturas y también donde se exhiben los ciclos de cine que se realizan una vez trimestralmente.

Hay que destacar que el Museo está atrapado en el nombre, CASA-MIRADOR donde a simple vista se decide mostrar lo hermosa que quedó la casa restaurada, quitándole mérito a lo que verdaderamente es importante, que son las muestras del caricaturista, o sea, sus dibujos, y mayor aun, le quita todo el profesionalismo que debería ser un centro cultural como es lo que pretende ser el Museo Mirador de Lukas

El Museo además cuenta con el servicio de WiFi, Internet inalámbrico que es un servicio que tiene todo el sector donde se encuentra el museo, pero el museo no le saca mayor provecho, ya que perfectamente podría utilizarse este servicio gratuito en apoyo a las actividades culturales que realizara el museo, también como atractivo para las personas que visiten el Museo y que tengan un computador personal. Es una forma de acercar la tecnología a lo que es el museo en general.

Respecto de su página Web, que es la cara visible ante todo el mundo mediante Internet es totalmente básica y no está siempre actualizada, la información respecto del Museo es siempre la misma, no se renueva, lo único que cambia son las actividades que se realizan como inauguraciones de exposiciones, lanzamientos de libros, pero información relevante, como la historia de Renzo Pecchenino, la vida que tenía, sus estudios, sus inicios, acceso a los videos que antes eran pasados por televisión no existe, en palabras simples, no hay un aprovechamiento de lo que verdaderamente debería tener, ya que Internet es una herramienta fundamental para hacer promoción y para dar a conocer a la juventud, a los niños quienes son los que utilizan este servicio quien fue el gran personaje tan ligado a la historia y a la cultura de Valparaíso.

1.6 Análisis Interno de la Casa-Mirador de Lukas

1.6.1 Trayectoria del Museo de Lukas

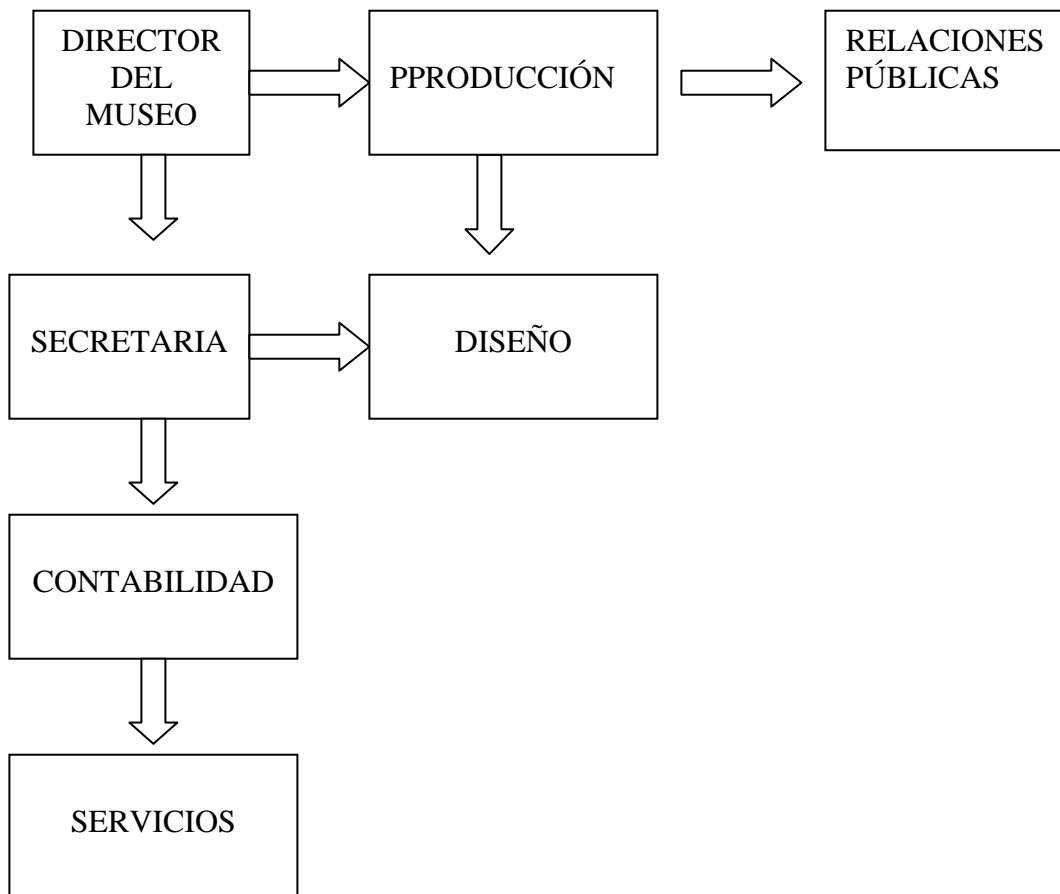
El Museo de Lukas es una institución que funciona como museo desde el año 1997, y está destinado a difundir la obra del dibujante y caricaturista Renzo Pecchenino LUKAS, está amparado bajo la Fundación Renzo Pecchenino que es una institución de derecho privado y sin fines de lucro, que fue creada por María Teresa Lobos quien es la viuda de Renzo Pecchenino, el 15 de mayo de 1989.

El objetivo principal de la fundación era reunir la obra de LUKAS y la iconografía, bibliografía y publicaciones referidas a su persona, conservarla en condiciones técnicas adecuadas, clasificarla y difundirla con la mayor amplitud posible, para su proyección como testimonio patrimonial de la identidad y costumbres de nuestra patria y de Valparaíso, ciudad cuya cultura,

economía y sociedad hizo un aporte notable a la creatividad, al progreso y al espíritu pionero y empresarial de Chile.

A partir de todo lo anterior, es que se decide crear la Casa-Mirador de Lukas, que es el museo que acoge las obras de Lukas, desde sus primeras publicaciones en los diarios nacionales, hasta las colecciones de su último libro, los dibujos originales que retratan la idiosincrasia de un país con un agudo sentido de la ironía.

1.6.2 Análisis de la estructura formal del museo.



El organigrama muestra una dirección vertical, ya que se deja en claro las funciones y estructura que tiene el museo como institución.

Está dirigida por el Director del Museo el cuál ejerce toda la autoridad correspondiente a la toma de decisiones, a la realización de actividades y a las gestiones estratégicas que lleven al Museo a un escenario cultural activo.

Luego encontramos los departamentos de Producción y Relaciones Públicas, las cuales están vinculadas directamente con la Dirección del Museo, ya que estos departamentos están ligados a la difusión del museo como tal y sus actividades como también la calidad de las muestras exhibidas al público.

Luego encontramos la secretaría, el departamento de Contabilidad y los servicios, los cuales se refiere a la cafetería y a la tienda que tiene el museo.

1.6.3 Funcionamiento Interno Del Museo.

En cuanto al funcionamiento interno del Museo de Lukas, éste al ser una institución de carácter privado, mantiene lo que es una jerarquización en los mandos, esto se debe a que por su parte, la institución cuenta con una cantidad menor de empleados, quienes se destacan en la labor de secretaría y personal de servicios, ya que el personal de contabilidad y diseño trabajan para el Museo, pero no en la misma institución, no en el mismo espacio físico.

Respecto a la información, mensualmente quienes trabajan en el Museo se reúnen para dialogar, coordinar, planificar los asuntos relacionados con exposiciones dentro del Museo, exposiciones fuera del Museo, actividades extraprogramáticas, los cuales en conjunto llegan a un mejor acuerdo y aportan ideas.

El sistema de planificación de actividades es trimestral, ya que por los cambios en los estilos de vida que se dan en la actualidad, cambios en las tendencias artísticas, surgen nuevas tendencias, y la demanda es cada vez más exigente y contingente, por este motivo es una planificación trimestral.

El sistema de comunicación dentro del Museo de Lukas es lineal, es decir, si existe algún tipo de duda, inquietud, aporte de los empleados, de las personas que trabajan en forma externa, o de los agentes encargados de los servicios que ofrece el museo en concesiones, son escuchadas y de ser así adoptadas para el mejor funcionamiento del Museo y de manera directa, es decir, la comunicación se realiza entre el Director y la persona quien solicite abordar alguna situación.

1.6.4 Recursos Disponibles Del Museo.

El Museo de Lukas cuenta con recursos financieros tales como:

- Ingresos mediante el concepto de venta de entradas.
- Ingresos mediante las concesiones de los servicios como tienda y cafetería.
- Ingresos mediante el concepto de venta de publicaciones y que realiza directamente el Museo con instituciones o con público en general.

Además el Museo cuenta con el auspicio para diferentes eventos de empresas relacionadas con el área de la cultura y las comunicaciones, así mismo de empresas que si bien su rubro no está ligado necesariamente a esta área, si presentan la inquietud de apoyar actividades que promuevan la cultura y las artes dentro de la zona y del país.

La Fundación Renzo Pecchenino también realiza donaciones al Museo, las cuales constan en auspiciar los montajes de las exposiciones temporales, en folletería, en comunicación.

Los recursos humanos que están en el museo en cantidad son 6 personas, de las cuáles sólo uno es profesional que es el Director de la Casa Mirador de Lukas, respecto de las otras personas que trabajan fuera de las instalaciones del Museo, está el diseñador y la contadora que son profesionales. Aún así, se cuenta con personas que realizan de manera eficiente el trabajo exigido.

Desde su inicio, la Fundación buscó en Valparaíso una propiedad que le sirviera como sede y que, al mismo tiempo, representara los valores de la arquitectura tradicional del Puerto que Renzo Pecchenino expresó constantemente en su obra. Luego de una larga búsqueda, en febrero de 1991, se encontró un inmueble en el Cerro Concepción, Paseo Gervasoni 448, que respondió a los requerimientos de ubicación, carácter, estado y tamaño que deseaba la Fundación. La propiedad adquirida se encuentra ubicada al extremo poniente del Paseo Gervasoni, a metros del Ascensor Concepción, sobre el Reloj Turri y la calle Prat, con una amplia vista a la bahía y al sector tradicional del plano y cerros de Valparaíso. La casa tiene cimiento de piedra y ladrillo y estructura de madera con tabiquerías, suponiéndose que su construcción data de la segunda mitad del siglo XIX. La fachada principal, con pórtico, balcones y cornisa estilo italiano, debió reconstruirse hacia 1910. En el recibo la casa conserva zócalos de madera, cornisa y yeserías de gran calidad. La Fundación bautizó la casa como El Mirador de LUKAS y realizó proyecto para repararla y habilitar espacios adecuados para reuniones y exposiciones.



CAPITULO II: DEFINICIÓN DEL PROYECTO MUSEO DE LUKAS

2.1 Destinatarios del Museo de Lukas

2.1.1 Identificación Genérica De Los Visitantes del Museo de Lukas

El Museo de Lukas al ser un museo temático, presenta en la actualidad caricaturas de Lukas, por lo que sus visitantes más próximos y al que esta orientado es al segmento familiar, estudiantes de colegios, estudiantes universitarios y tercera edad, ya que ellos son el público objetivo y quienes más asisten al museo, debido a que las caricaturas que exhibe reflejan la cultura y comportamientos del país y que a pesar del paso de los años, desde que están fueron realizadas, aun están vigentes, es decir, son situaciones que se repiten al pasar los años.

Respecto de los visitantes del Museo, la mayor cantidad de asistencia es de adultos, debido a que estos tienen un mayor bagaje cultural y una mayor capacidad monetaria.

Luego están los estudiantes, quienes por su condición como tal optan a un precio rebajado de las entradas del museo, además de tener tiempo libre y de ocio para disfrutar y conocer nuevas exposiciones y nuevos conceptos artísticos.

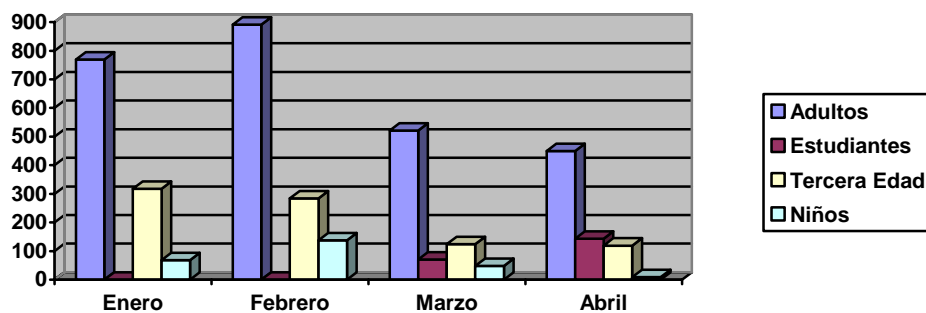
También encontramos a la tercera edad, quienes destacan su presencia en tours especiales de adultos mayores, como también lo hacen en compañía de sus nietos, conformando así un segmento que reúne a adultos mayores con niños, esto es debido a la cercanía y constante apego y conocimiento que tenían los adultos mayores, cuando Lukas estaba vivo y hacia sus caricaturas y realizaba sus programas de televisión y por tal motivo, éstos van acompañados de sus nietos o niños cercanos para de esta manera enseñarles a su vez el legado de Lukas.

En cuanto a la cantidad de visitantes que fueron al Museo de Lukas el año 2006, se señala lo siguiente:

- Adultos: 5297 personas.
- Estudiantes: 2686 personas.
- Tercera Edad: 2256 personas.
- Niños: 572 personas.

En total en el año 2006 visitaron el museo 10.811 personas desde el mes de Marzo en que fue reabierto el Museo, hasta el mes de Diciembre del 2006.

En este año 2007 el número de personas que ha visitado el Museo hasta el mes de Abril es de 3911 en total, de las cuales se desprenden, como grupo que mayor cantidad de visitantes es de adultos que van en 2630 personas, seguidos por el grupo de Tercera Edad que han visitado el museo 845 personas, luego 263 niños y por ultimo 213 estudiantes.



Fuente: Elaboración propia

La edad de los visitantes del museo va desde los 8 años hasta los 80 años aproximadamente y cuando visitan el museo lo hacen principalmente familias de distintas generaciones.

Si bien en este año y medio que lleva el Museo abierto, ha ingresado un número considerable de personas, un total de 14.722, la principal proyección es que los colegios tengan mayor participación en el Museo, ya sea en visitas guiadas, en actividades extracurriculares, en mayor participación de las actividades de extensión que tiene el Museo, como también las universidades de la zona y centros de grupos de adultos mayores, como también centros comunitarios y la comunidad en general, que integren al museo de Lukas en las rutas turísticas que realizan las agencias de viajes o tours operadores por el sector, que no solamente el visitante se quede con la vista por fuera del museo, sino que además, pueda ver la exposición y las muestras permanentes que tiene el museo, las películas y sus charlas.

2.1.2 Características Sociales Destacables de los Visitantes del Museo de Lukas

Respecto de los visitantes que asisten al Museo de Lukas y sus características, son principalmente familias pertenecientes al sector centro del país, específicamente de la ciudad de Santiago, que vienen de paso a la ciudad de Valparaíso y recorren las zonas más turísticas de la ciudad de Valparaíso, como es el cerro Concepción, de allí su visita al museo. También lo hacen estudiantes que residen en Valparaíso, y que en su mayoría vienen de otras ciudades del país, de igual manera los estudiantes otros países visitan el museo en delegaciones, ya que al ser estudiantes de intercambio, visitar el Museo de Lukas es atractivo por cuanto las colecciones, el cerro donde se ubica y les muestra de una manera mas entretenida las costumbres chilenas.

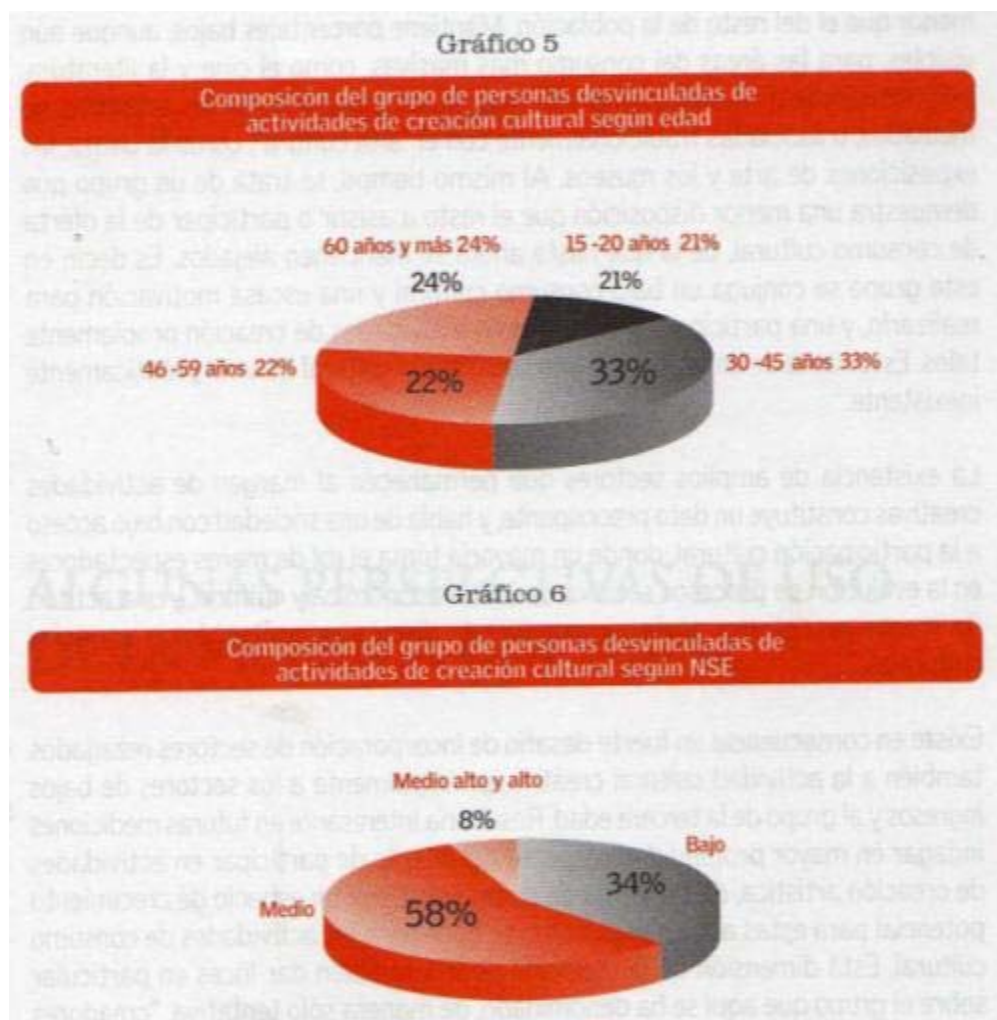
En cuanto al nivel social de los visitantes del museo, son preferencialmente familias pertenecientes al segmento medio, medio-alto, por cuanto vienen en grupos numerosos, además el nivel de educación se identifica por su comportamiento, la manera de actuar dentro del museo y por la manera de comunicarse.

Población que revela que le gustaría realizar actividades de consumo cultural (Base: aquellos que no realizan la actividad).		
	Creadores culturales	Total
Leer	74	41
Ir al cine	80	66
Ir a museos	61	49
Ir a ver danza	56	39
Ir al teatro	68	57
Ir a exposiciones	64	47

Fuente: Consumo Cultural en Chile.

2.1.3 Nivel De Instrucción Académica de los Visitantes del Museo de Lukas

Es claro que el nivel de la educación en Chile es de un nivel medio, en cuanto a consumo cultural se refiere tomando en cuenta que los estudiantes de enseñanza básica y media tienen pocos hábitos de consumo cultural, no así los estudiantes universitarios, que tienen una mayor visión de lo que se refiere a consumo de la cultura y también disfrutan y saben aprovechar más su tiempo de ocio.



Fuente: Consumo cultural en Chile.

En cuanto a las personas que visitan el Museo, son delegaciones de colegios particulares y particular-subsuencionados, quienes pueden costear el valor de la entrada y realizan actividades extraprogramáticas fuera de los colegios, en su minoría asisten colegios fiscales, lo cual puede incidir de manera negativa en la visita de estos, el costo de la entrada al museo, además estos colegios se caracterizan por un desempeño menor en nivel de educación respecto de los colegios particulares, por lo que se puede inferir que el nivel de interés por actividades relacionadas con la cultura es mucho menor.

Referente a los estudiantes y público que visita el Museo, el objetivo es que lo hagan la mayoría de los colegios y estudiantes de la zona, que se introduzca el Museo dentro de las visitas que realizan los colegios, que se haga más cercano y pueda integrarse a los planes de estudios de los colegios, que desde la infancia se de a conocer la versatilidad del personaje de Lukas, como caricaturista, periodista e historiador.

Lo que pretende el Museo de Lukas, es que toda la comunidad pueda participar de las actividades y puedan apreciar las colecciones, personas con menos capacidad monetaria, y a su vez, con menos instrucción en cuanto al “ARTE” y exposiciones de carácter cultural.

2.1.4 Situación Laboral de los Visitantes del Museo de Lukas

Respecto del sector económico donde se encuentra inmerso el Museo en la ciudad es principalmente el turístico, ya que se ubica en el Cerro Concepción, donde mayormente se encuentran innumerables restaurantes y tiendas destinadas a la venta de artículos característicos de la zona, artesanía exclusiva, y tiendas de diseño, donde el público objetivo de estos comercios son sin duda las personas extranjeras, y aquellos que vienen fuera de la zona, ya sea de la ciudad del norte o del sur del país.

En cuanto a los visitantes que van al Museo de Lukas son diversos, desde estudiantes de enseñanza básica, media, estudiantes de enseñanza superior, estudiantes extranjeros, niños, adultos, adultos mayores, delegaciones diplomáticas, delegaciones de empresas, delegaciones de otros centros culturales, familias, etc. Los cuales asisten al museo con diferentes visiones y por diferentes motivos, ya sea algunos para visitar la casa donde el museo se encuentra, por su arquitectura, los cuales son los menos visitantes que van por esta razón, así como también asisten al museo por el legado de las caricaturas de Lukas, como una manera de aprender, para pasar un momento agradable, para realizar trabajos de investigación, para conocer de cierta forma la cultura chilena, la cual se retrata de una manera bastante fidedigna y certera, mezclada con el humor y la gracia que permite que sea entendible la obra de Lukas en cualquier periodo de tiempo.

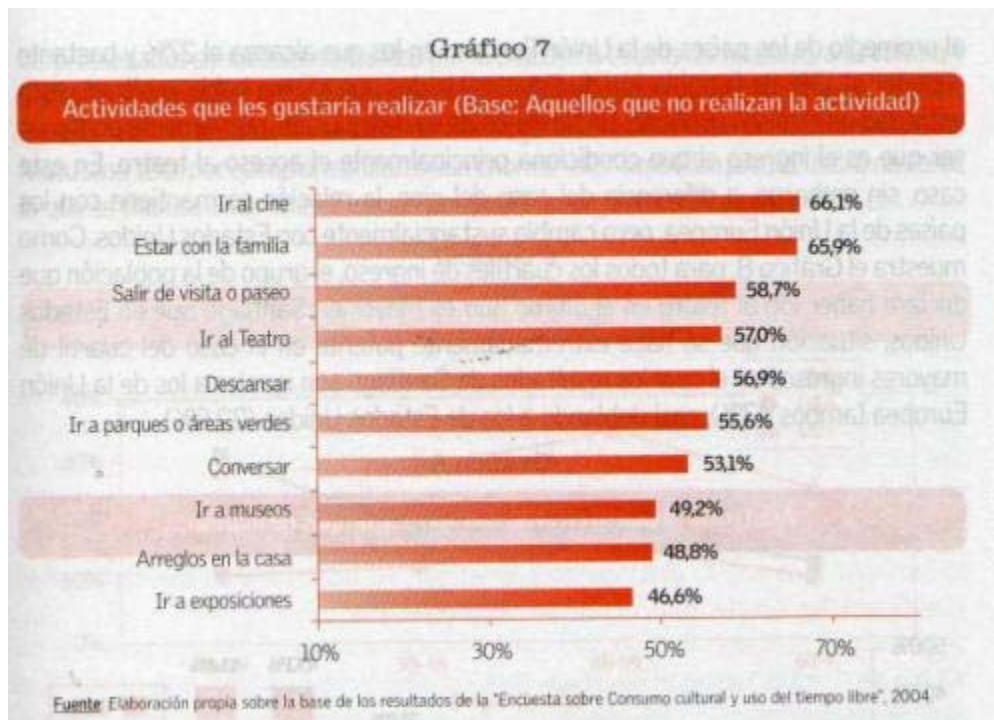
2.1.5 Uso Del Tiempo Libre de los Visitantes del Museo de Lukas

El tiempo libre y de ocio de las personas es algo que de una u otra manera se esta valorando más en estos tiempos, debido a que existen mejores e innumerables ofertas ya sean turísticas o culturales, la misma televisión incentiva a las personas a tomarse un tiempo para disfrutar de su programación, no obstante, no toda manifestación cultural pasa por la televisión o por la radio, sino mas bien, existen actividades que se dan en las ciudades y a lo largo del país llevadas a cabo por centros culturales o colectivos de personas para un mejor disfrute del tiempo libre.

El consumo cultural en la actualidad y debido a lo que actualmente se conoce como Globalización hace que la cultura sea llevada a públicos más masivos y que se desarrolle en forma pluralista, con diferentes gustos y tendencias.

En Valparaíso debido a que es capital cultural las actividades realizadas son bastantes, pasando por actividades que realizan centros culturales, casas universitarias, y el mismo gobierno, delegado en la municipalidad, donde lo importante es que toda la comunidad participa, y además son de entrada liberada.

Estos diversos panoramas son ciclos de cine, exposiciones de pinturas, tertulias, obras de teatro, donde la participación de entes públicos y privados y en su conjunto se hace cada vez mayor, además en la oferta cultural se consideran todos los gustos, es decir, en ciclos de cine se encuentran las categorías de cine arte, cine Gore (cine con una temática más oscura, más fantástica dentro de lo que es la realidad), cine infantil, cine chileno, etc., lo mismo pasa con las exposiciones, donde hay desde artistas locales, hasta artistas regionales.



Fuente: Consumo Cultural en Chile.

De éste modo, las personas con estudios formales son las que más consumo cultural tienen, debido a que cuentan con un mayor ingreso económico y por ende, un mayor acceso al consumo de bienes culturales.

	Familiares	Estudiantes	Comprometidos	Recreados	Trabajo	Total
Asistencia a Exposiciones de Artes Visuales	23	35	16	19	21	21
Teatro (alguna vez en el año)	24	38	15	21	19	21
Conciertos (alguna vez último año)	17	36	12	21	23	21
Acostumbra a escuchar música	95	99	92	95	95	95
Lee libros (excepto manuales o textos de estudio)	44	54	35	35	42	40
Lectura diarios (1 vez a la semana o más)	54	49	58	54	58	55
Lectura revistas (1 vez al mes)	29	34	24	22	32	27
Acostumbra a escuchar radio	92	83	90	93	92	91
Ve películas VHS/DVD (1 vez al mes o más)	33	71	31	33	49	41
Fue al cine en último año	21	67	29	27	40	35

Fuente: Consumo Cultural de Chile. Miradas y Perspectivas.2005

Este recuadro muestra el uso del tiempo libre y consumo cultural, el cuál destaca que la asistencia a exposiciones de artes visuales es mayor entre los estudiantes, en general, en la mayoría de las actividades culturales la participación de los estudiantes y jóvenes es mucho mayor, debido a que cuentan con mayor tiempo libre y más recursos destinados para este tipo de actividades.

Realización y deseo de realización de actividades ¹⁶ .							
Actividad	% realiza actividad	% desea hacerlo y no la realiza	% realiza o desea hacer actividad	Actividad	% realiza actividad	% desea hacerlo y no la realiza	% realiza o desea hacer actividad
Ir al cine	20	53	73	Ir a clubes sociales	15	16	31
Ir al teatro	13	49	63	Realizar cursos a distancia	3	16	19
Ir a museos	12	43	56	Visitar librerías	33	16	49
Ir a zoológicos	9	42	51	Arreglos en la casa	69	15	84
Ir a exposiciones	16	39	55	Asistir a reuniones de iglesia	16	15	31
Ver espectáculos de danza	10	35	45	Jugar juegos tradicionales	7	13	20
Estudiar	26	30	56	Jugar juegos de salón	36	12	49
Ir a parques de diversiones	18	30	48	Estar con su pareja	65	12	77
Ir a restaurantes	39	28	67	Jugar juegos de azar	44	12	55
Participar en asociación cultural	10	27	36	Asistir a conferencias o seminarios	16	11	27
Ir a parques, plazas, áreas verdes	53	26	79	Leer	73	11	84
Navegar en internet	35	25	60	Jugar pool o billar	14	9	23
Hacer artesanía	11	24	35	Estar con amigos	79	8	87
Hacer deportes	39	24	63	Ir a malls, centros comerciales	82	7	89
Visitar una feria de artesanía	44	23	67	Jugar video juegos	26	7	33
Ir al estadio a ver fútbol	10	22	32	Descansar	91	5	96
Salir de visita o paseo	68	19	87	Hablar por teléfono	84	4	88
Ir a misa	24	18	42	Realizar labores domésticas	85	3	87
Grabar música	24	18	42	Escuchar música	95	2	97
Realizar fiestas en hogar	36	18	54	Escuchar radio	92	2	94
Asistir a deportes (excepto fútbol)	12	17	29	Estar con la familia	98	1	99
Ir a bares, pubs, discotecas	26	17	43	Ver televisión	96	1	97
Escribir	28	16	45	Conversar	98	1	99

Fuente: Consumo Cultural en Chile. Miradas y Perspectivas. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Año 2005.

El proyecto del Museo de Lukas busca abordar e incentivar de una manera óptima, real y participativa la atención y la visita del público en general, independiente del sector económico al que pertenezcan, de su nivel de formación académica, lo que se pretende además es integrar al museo de Lukas dentro de la escena cultural, como destino de los visitantes no solamente para apreciar la obra de Lukas, sino también para disfrutar de las actividades de extensión que realiza como centro cultural y hacerlo más participativo como ente ejecutor de cultura, dentro del sector circundante, donde sobresale una oferta gastronómica que atrae a muchas personas y que en sí ya es un centro de atención.

2.2 Contenido

2.2.1 Contenidos del Museo de Lukas

El Museo de Lukas en la actualidad es un lugar donde convergen actividades de índole cultural, como exposiciones de Lukas y exposiciones de diferentes artistas, además de actividades como ciclos de cine, celebración de festividades nacionales, lanzamientos de libros, etc.

A su vez, el lugar donde funciona el Museo es una casa que data del siglo XIX, por tanto, quien pasee por el mirador Gervasoni, se encuentra con la fachada restaurada de una casa, con un pendón donde se “induce” existe algún tipo de actividad cultural, pero no queda de manifiesto la riqueza que hay dentro de la casa, que son las caricaturas de Lukas, los programas que él hacía en televisión, sus libros, sus láminas, la historia de Chile, el merchandising ni la cafetería, por cuanto todo esto perjudica una asistencia mayor al museo, ya que al momento de entrar a la casa, los visitantes se encuentran con la cafetería prácticamente encerrada en un espacio poco acogedor y si bien la casa es un lugar donde exhibe las obras de Lukas, estas no están a la vista del visitante, por lo que no incentiva a visitar la casa ni mucho menos a pagar el costo de la entrada.

Esto con motivo que más allá de ser un museo, lo que se pretende es dar una imagen y acercar el arte y la cultura a la sociedad, ya que el Museo de Lukas es un museo estático, arcaico, que no aprovecha las instancias de asociatividad con empresas e instituciones ligadas al ámbito cultural, así como tampoco crea lazos estratégicos con instituciones educacionales para que asistan al Museo y para que realicen actividades de corte educativo, como realizar clases en el Museo, visitas educativas, etc.

El Museo de Lukas tampoco está ligado al sector cultural propiamente tal, ya que no cuenta con el apoyo del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, ni de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos y esto se debe a que la administración, el Directorio, no estima conveniente realizar este tipo de alianzas y convenios, prefiere desarrollar y generar las propias sin intervención de ningún organismo, sin el apoyo y por tanto sin la opinión de instituciones con mayor experiencia y con mayor asesoría técnica.

Es por esto que el proyecto del Museo Mirador de Lukas contempla diversas áreas de desarrollo ligadas a la participación ciudadana, a la participación estudiantil, a la participación empresarial en lo que respecta al Museo.

El plan del proyecto Museo Mirador de Lukas es el siguiente:

- Dentro de la Casa, renovar los espacios, es decir, actualmente donde se encuentra la cafetería modificarlo para así tener, en primera instancia donde el visitante pueda ver las muestras y proyecciones de las obras de Lukas.
- Ampliar las muestras y los espacios propios de la casa, para así aprovechar de mejor manera las instalaciones y promover así un nuevo concepto al Museo, que tenga movilidad, que los visitantes sientan involucrado al Museo y al personaje con el cerro, con la historia de Chile.
- Proponer una alianza estratégica con la empresa privada que está a cargo del Ascensor Concepción, para así poder revitalizar de una mejor manera el Museo, el ascensor, la afluencia de público al sector. Esto sería, que en los carros del ascensor se pintara el personaje más característico de Lukas, además de las vías de acceso al ascensor desde calle Esmeralda y en la planta alta del ascensor, que da al paseo Gervasoni, se ubicaran algunas caricaturas de Lukas.
- Otra alianza estratégica sería con el “Diario El Mercurio”, diario en el cual Lukas desarrollo gran parte de su carrera como caricaturista, además de escribir columnas periodísticas. La idea principal es que en la fachada trasera del diario se pinten caricaturas de Lukas, referentes a la ciudad, o a algún personaje característico de Valparaíso, para darle mayor realce turístico al sector, donde se encuentra una importante vía de acceso a los miradores del cerro Concepción que por hoy esta descuidada, y que a su vez las personas tengan un mayor incentivo a transitar por el sector.
- Realizar un cambio en el nombre del actual Museo Casa Mirador de Lukas, ya que este nombre es domestico y nada tiene que ver con lo que se realiza en el Museo. El cambio de nombre sería de Museo Mirador de Lukas, ya que al modificar estructuralmente la casa, se dará énfasis al rescate visual que tiene el Museo, además de estar inserto en un Paseo Mirador y además de la construcción de una Cafetería Cultural frente a la casa, donde se podrá admirar la ciudad desde el mirador y también se podrá admirar las obras y exposiciones.

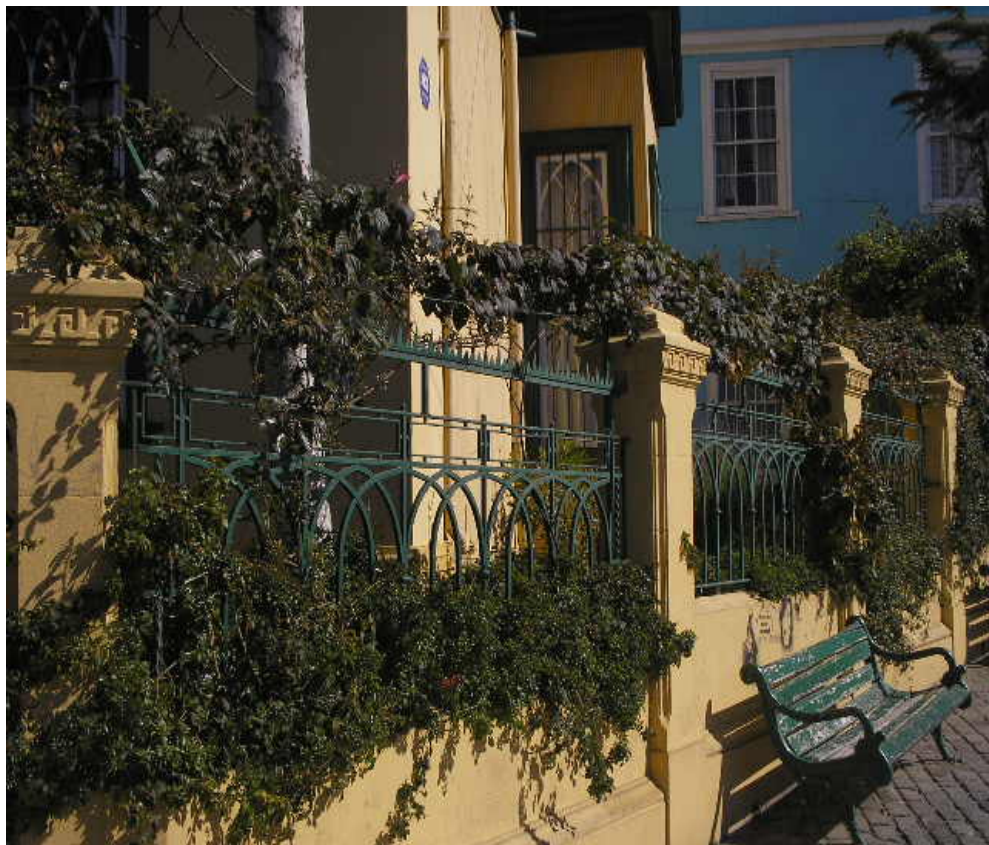
Todo esto contempla una mayor activación turístico cultural no solo para el museo en si, sino para el sector, una importante revitalización cultural, ya que en la actualidad el entorno solo cuenta con comercio gastronómico, comercio de artesanía y hoteles y bed and breakfast, lo cual hace en cierta manera que los visitantes tengan la visión de “alojamiento, comer y comprar” en el sector y ven como algo menor el disfrutar de la vista que ofrecen los miradores, el museo y la arquitectura en general que existe en el sector.

A continuación se muestran fotografías del estado actual del Museo de Lukas, donde deja entrever la pulcritud que tiene, y donde no redistingue la presencia de un Museo.



Fuente: Elaboración propia.

Fachada Museo de Lukas



Fuente: Elaboración Propia

Antejardín Primer Nivel Museo de Lukas



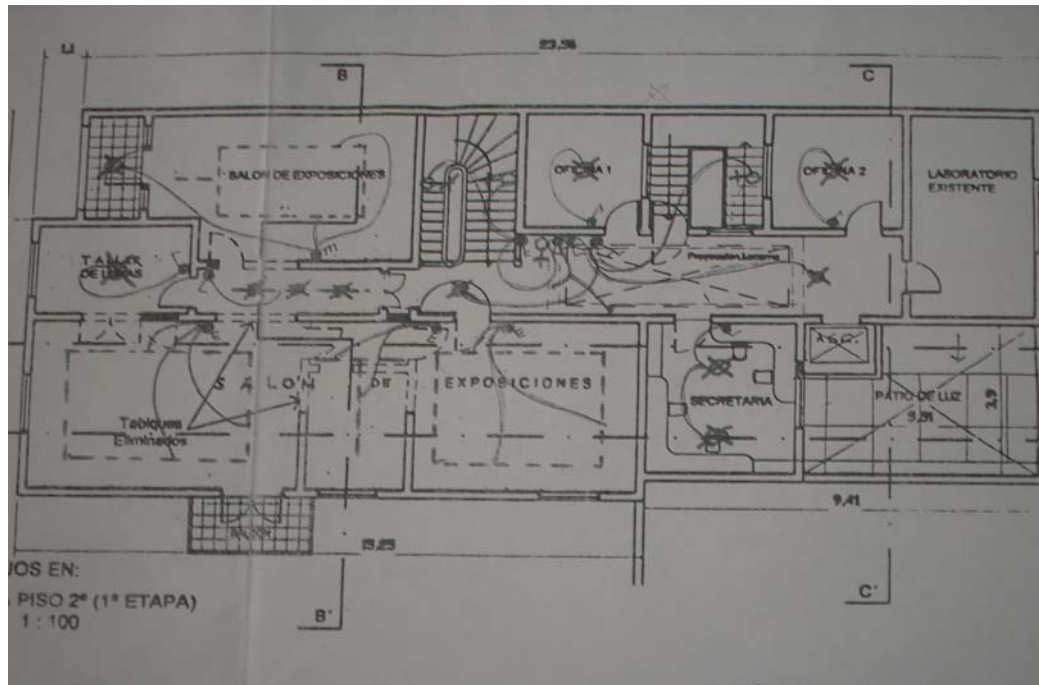
Fuente: Elaboración Propia.

Vista Frontal Museo de Lukas



Fuente: Elaboración Propia.

Vista Frontal Museo de Lukas



Fuente: Elaboración Propia

Plano Segundo Nivel Museo de Lukas

Ascensor Concepción



Fuente: Elaboración Propia

Vista Frontal Elevador Ascensor Concepción.



Fuente: Elaboración Propia.

Vista Frontal Elevador Ascensor Concepción.

Diario El Mercurio



Fuente: Elaboración Propia.

Vista Trasera Edificio Diario El Mercurio

2.2.2 Grado de innovación o carácter experimental del Proyecto Museo de Lukas.

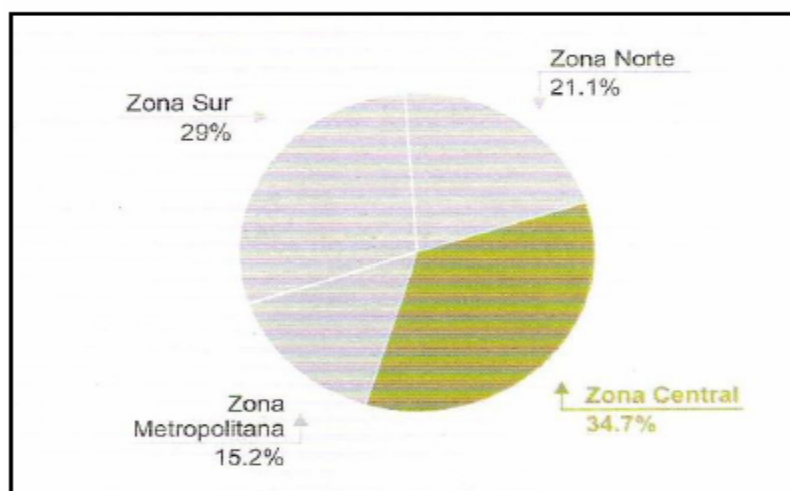
Este proyecto surge debido a que el Museo de Lukas está inmerso en un sector demasiado atractivo desde el punto de vista del desarrollo turístico, y eso actualmente atrae a muchas personas, las cuales son potenciales visitantes al Museo de Lukas. Además, en cuanto a lo que se refiere a la nueva Museología, es un llamado al cambio que no pretende necesariamente la creación de un nuevo tipo de institución sino la transformación de la presente, poniendo énfasis en la función social que todo museo debe cumplir.

Además hay que destacar la creación y apropiación de los espacios públicos y privados del sector donde se encuentra el Museo, con la construcción de una Cafetería Cultural, donde no además de cafetería propiamente tal, será un lugar donde desarrollar actividades como exposiciones, obras de teatro, muestra de danza, etc., también se creará un Paseo de las Esculturas en el mismo Paseo Gervasoni, donde se encuentra el Museo.

Además de asociar instituciones y empresas ligadas a ámbitos diversos como el turismo, la cultura y las comunicaciones, pero que se unen en un punto estratégico, como lo es el personaje de Lukas, el sector donde se encuentran y el aporte que tienen en la ciudad.

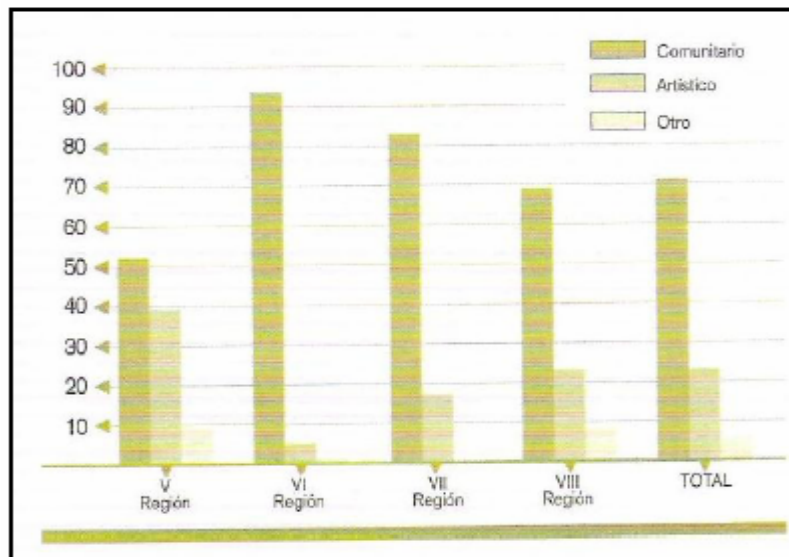
Cabe destacar que la quinta región congrega una cantidad considerable de bienes patrimoniales de los cuales un 34,7% se concentra en la zona central del país. La quinta región posee el porcentaje más amplio del patrimonio, destacando el patrimonio local con un 37,9% por sobre los monumentos conmemorativos que son un 28,9%, lo que identifica a Valparaíso como *Ciudad Patrimonial* donde los recursos propios de ser un centro urbano, sus costumbres y modos de vida han sido reconocidos como patrimonio, más que aquellos elementos que fueron erigidos con un fin conmemorativo.

Distribución del Patrimonio según Zonas Territoriales



Fuente: Cartografía Cultural de Chile, 2001

Tipos de Encuentros Culturales en cada región de la Zona Central



Fuente: Cartografía Cultural de Chile, 2001.

Este gráfico representa que la comunidad cada vez más está interesada en participar y desarrollar actividades culturales en sus comunas, por ende tienen que existir instituciones y organismos formales que apoyen tales iniciativas comunales.

2.3 Objetivos del Proyecto del Museo de Lukas

2.3.1 Objetivos Generales

- Dar a conocer a la comunidad en general, a la ciudad de Valparaíso y al país la existencia del Museo de Lukas de una manera más real, más cercano más participativo, donde las muestras de Lukas no sólo son caricaturas, sino más bien, se complementan con las actividades de extensión que realiza el museo.
- Llegar a realizar alianzas estratégicas del museo con empresas y entidades relacionadas a la cultura para un buen desarrollo de la gestión y de actividades que contribuyan a un real aporte social, cultural y también turístico.

Objetivos Específicos

- Realizar un cambio en el tipo de museología que actualmente lleva el museo.
- Instaurar a modo de circuito turístico y cultural, en el sector comprendido entre el Diario El Mercurio y el ascensor Concepción, con las caricaturas de Lukas de manera tal que no solamente se beneficie el museo en cuanto a visitas y a exposiciones, sino que también, habrá un beneficio a nivel de ciudad.

2.3.2 Objetivos del Museo de Lukas.

Los objetivos del Museo de Lukas, son:

- Estar inmerso en los circuitos turísticos de la zona.
- Estar considerado como un centro de creación en la extensión cultural a nivel regional.
- Contar con las herramientas precisas para llevar a cabo un buen funcionamiento del museo y adoptar un modelo museológico que permitan llevar el museo a un grado de innovación y renovación en cuanto a las muestras, exposiciones, y actividades de extensión, no solo a nivel museológico, sino también a un nivel de entorno.

En complemento a los objetivos del Museo de Lukas se pueden contar con lo siguiente:

- El Museo pretende abarcar el tema de la educación, ya que constantemente hay visitas de colegios y centros educacionales, los cuales asisten al museo para aprender en primera instancia sobre las costumbres y modos de vida de Chile, ya que Lukas no sólo eran caricaturas cómicas, sino también, Lukas realizaba trabajos de investigación y de historia, y luego los retrataba en libros y publicaciones, dando un fiel reflejo de lo que era la vida en Chile.
- También el Museo de Lukas hará un rescate patrimonial, por cuanto el sector donde se ubica fue declarado Patrimonio de la Humanidad, esto se refiere a que más allá de las actividades, el Museo tiene una gran responsabilidad por preservar el entorno donde se ubica, por mantener la arquitectura que no contamine visualmente el sector, y que las construcciones las realice en pro de las muestras y exposiciones.

El objetivo final es llegar a mejores niveles del desarrollo humano, que es aquél que se mide por la calidad de vida integral de las personas y por la satisfacción de esas necesidades y aspiraciones más intangibles y profundas, que tienen que ver con la creación, acceso y goce de los bienes simbólicos que provienen del arte y la cultura de un país.

Es justamente esto lo que pretende el Museo, que las personas en general, puedan satisfacer ciertos niveles intelectuales, de ocio y de educación visitando el museo y el entorno propio donde se emplaza éste.

2.4 Líneas Estratégicas

2.4.1 Definición De Las Líneas Estratégicas Del Proyecto del Museo de Lukas.

Respecto a las líneas estratégicas para llevar a cabo el proyecto del Museo de Lukas tenemos lo siguiente:

- Estrategias de asociatividad, consistente en la propuesta sobre la unión de las empresas relacionadas en el sector, ya sean gastronómicas, de transporte, de comunicación, realzando el nivel turístico y cultural que tiene el Cerro Concepción. Por lo general los empresarios del sector trabajan de manera independiente, es decir, cada uno vela por sus

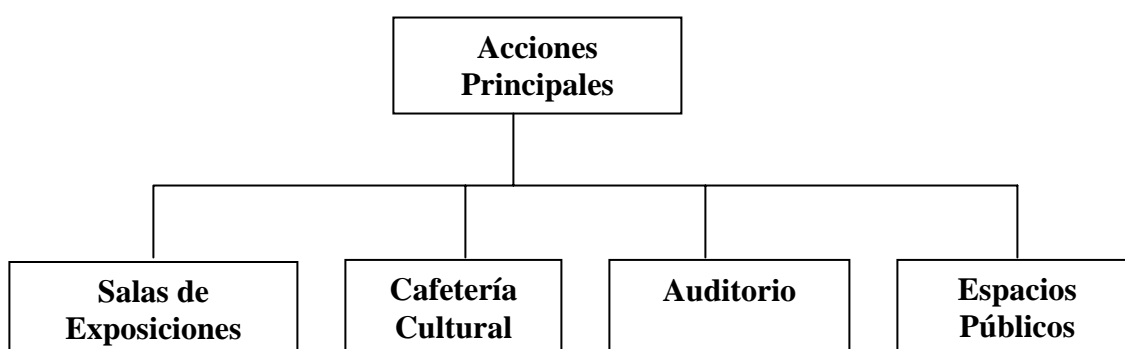
propios intereses, lo cual en éstos tiempos y los niveles de llegadas de turistas y personas propias del país, exigen mayor calidad en los servicios y en la atención, estos sin lugar a dudas se lleva de mejor manera en trabajo y cooperación en equipo, aunque los rubros sean distintos, los resultados de trabajar en conjunto son beneficiosos para todos.

- Estrategias de Planificación, refiriéndose en quienes y cómo recaerá la responsabilidad de recursos humanos y funciones dentro del museo y del proceso que lleve a éste a la prestación de un mejor servicio por y para la comunidad, quienes serán los agentes gestores de nuevos métodos de comunicación, publicidad, exposiciones, etc.
- Estrategias de Gestión Cultural respecto a cómo se llevará el proceso de cambio en la implementación del modelo museológico, las actividades a realizar como centro ejecutor de cultura y actividades de extensión, exposiciones transitorias de otros artistas, como por ejemplo el trabajo a realizar con galeristas de reconocida experiencia en la zona, actividades para la comunidad, y otras estrategias que permitan que el museo pueda a su vez desarrollar actividades en conjunto con otros centros culturales y porque no decirlo, un trabajo en conjunto como cooperación con otros museos de la zona.
- Otra estrategia sería de Financiamiento, la cual se ve reflejada actualmente por el financiamiento que le entrega la Fundación Renzo Pecchenino y otras instituciones como Agunsa y El Mercurio de Valparaíso. La fundación hace un aporte respecto a las exposiciones transitorias que tiene el Museo de Lukas, ejemplo de esto es el apoyo comunicacional, folletería, inauguraciones, el cuál se ve reflejado en un gran aporte económico y de difusión para las muestras. Además las empresas antes nombradas aportan económicamente a la reedición de las publicaciones de Lukas, y de nuevas publicaciones las cuales no alcanzaron a ser lanzadas en vida por Lukas.

2.5 Acciones del Museo de Lukas

2.5.1 Acciones Principales del Museo de Lukas

Las acciones principales del Museo de Lukas corresponden a:



Las Acciones principales del Museo de Lukas se han determinado por la forma y fondo a intervenir, es decir, se cuentan los espacios dentro de la casa y también los exteriores, pertenecientes al Museo y a lugares públicos.

Dentro de los espacios del museo contamos con las salas de exposiciones, las cuales en la actualidad cuentan con caricaturas de Lukas, son 4 salas pero una se destina a exposiciones temporales.

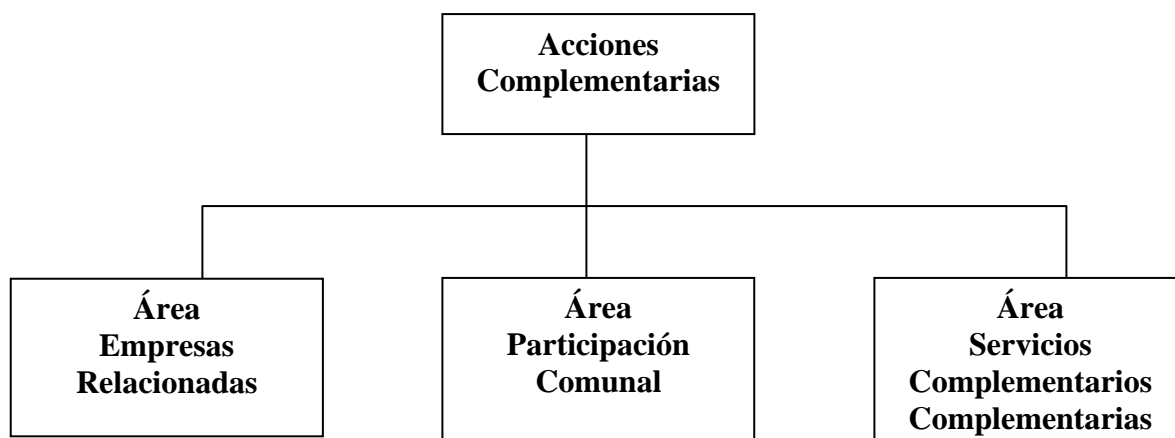
La cafetería cultural también se encuentra dentro de la Casa Museo, en el primer nivel. Lo que se pretende es expandir el espacio y poder instalar la cafetería fuera de la casa, para así poder habilitar ese espacio que queda en la casa en otra sala de exposiciones, y a su vez, que las nuevas instalaciones de la cafetería puedan tener una vista panorámica de lo que es la bahía de la ciudad, otorgándole un valor agregado a otro sector de las muestras de Lukas.

Respecto del auditorio, actualmente se exhiben fragmentos de un programa de televisión donde Lukas hizo las caricaturas. Con capacidad para 60 personas, el auditorio es utilizado como Sala de conferencias y también como salón donde se exhiben ciclos de cine. No obstante, el objetivo es poder utilizar el auditorio exhibiendo los programas de Lukas, los cuales eran pasados por canales de televisión como UCV-TV y TVN, además como el auditorio es amplio, se puede dividir en dos sectores, el primero en la exhibición de estas películas y el otro sector en muestras de las obras de Lukas, para así lograr un tránsito mayor de los visitantes por el primer nivel de la casa.

Los espacios públicos, son un eje muy importante dentro del desarrollo del Museo, ya que al apropiarse del espacio público marca una presencia dentro del sector, a la vez que invita a la visita, crea un circuito turístico y cultural y hace un rescate de lugares públicos abandonados o deteriorados.

2.5.2 Acciones complementarias del Museo de Lukas

Las acciones complementarias del Museo de Lukas se refieren a los servicios y actividades que estarán a cargo de las universidades y sus departamentos de desarrollo artístico cultural correspondiente, centros culturales y empresas relacionadas con el turismo, la cultura y las comunicaciones que trabajen en conjunto con el Museo, para así desarrollar las actividades de extensión del Museo, que permitan mostrar, incentivar y hacer participe a la comunidad.



2.6 Modelo de Gestión.

2.6.1 Modelo de Gestión del Museo de Lukas.

En primera instancia, para poder definir el modelo museológico adoptado, tenemos que definir lo que es un museo. Aunque hay varias acepciones de lo que es y debería ser un museo, aquí se toman en cuenta aquellas definiciones que más se acercan a lo que es el Museo de Lukas.

Se entiende por museo “*Cualquier establecimiento permanente administrado en interés general a fin de conservar, estudiar, poner en evidencia por medios diversos y, esencialmente, exponer para el deleite espiritual y la educación del público un conjunto de elementos de valor cultural: colecciones de objetos de interés artístico, histórico, científico y técnico*”.

“*Una institución permanente, no lucrativa, al servicio de la sociedad y su desarrollo, abierto al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y principalmente exhibe los testimonios materiales del hombre y su medio ambiente, con el propósito de estudio, educación y deleite*”

Es así como se define un museo, y por cuanto hay que canalizar todos los recursos tanto humanos, financieros, de gestión y de políticas en un mejoramiento continuo, que va más allá de las colecciones, sino es un cambio total, interno y externo.

Ahora bien, definiremos lo que es Museología y Museografía para poder entender y promover los cambios a realizar por el Museo de Lukas, tanto en su implementación como en su diferenciación.

Museología es la ciencia del museo. Se relaciona con el estudio de la historia y trayectoria de los museos, su papel en la sociedad y las clasificaciones de los diferentes tipos de museos. Es la rama del conocimiento concerniente al estudio de los fines y organización de los museos.

Museografía es el conjunto de técnicas y de prácticas deducidas de la museología o por la experiencia al funcionamiento del museo.

Entendiendo esto, el Museo de Lukas no está tan alejado de lo que son los museos hoy en día, ya que la nueva museología se refiere a:

- Democracia cultural.
- Que el Museo sea Pluridisciplinario, comunitario y territorial.
- Sistema abierto e interactivo.
- Diálogo entre sujetos.

Con éstos antecedentes, se establece una ecuación que sirve de base a la nueva museología que es “**Territorio-Patrimonio-Comunidad**”.

Según el museólogo español Luis Fernández considera que actualmente “un museo es una institución llamada a ser *el centro de la vida cultural del mañana*, a partir de la conservación de un patrimonio vuelto a ser vivo y no enfermo en mausoleos inaccesibles para la mayoría”.

Es así, como los museos se fueron transformando a centros culturales vivos, concepto que se ha ido dinamizando en las últimas décadas con la modernización tecnológica, social y cultural, para

que exista un lazo permanente con la comunidad, mediante la creación de nuevas fuentes de actividades.

Por tanto, el Modelo de Gestión a desarrollar por el Museo de Lukas, es la adopción completa del actual modelo museológico basado en la ecuación, “Territorio-Patrimonio-Comunidad” para llegar a transformarse en un verdadero *Centro de Creación y Gestión Cultural*, creador, gestor y productor de cultura y patrimonio, además de adoptar y fortalecer el Marketing, adoptar un renovado material audiovisual, adoptar la difusión digital renovando su actual página Web, no tan sólo como medio informativo, sino también como medio participativo, de adquisiciones de publicaciones y de manera interna, favorecer la documentación de sus colecciones, la elaboración de una base de datos, tanto de artistas que presentan colecciones, como de centros culturales del país, público asistentes, organizaciones educacionales, empresas, etc.

2.6.2 Justificación Del Modelo De Gestión del Proyecto Museo de Lukas.

El Modelo de Gestión elegido en este caso es el que actualmente adoptan los museos alrededor del mundo, es decir, donde más que muestras de obras o colecciones, es un *Centro de Creación y Gestión Cultural*, donde en primer lugar, Valparaíso es una ciudad donde se crea y se vive la cultura, por tanto, un museo tiene que aportar con bases sólidas y reales a la cultura, por medio de exposiciones y actividades de extensión donde la comunidad pueda participar, y la institución, en este caso el Museo de Lukas tenga un reconocimiento y una participación activa local y nacional.

2.6.3 Identificación Y Descripción De Los Agentes Que Intervienen En El Proyecto Museo de Lukas.

Respecto a los agentes participantes del proyecto, el Directorio del Museo, de la Fundación, y los gestores cumplen un rol fundamental, ya que serán ellos los encargados de dar los nuevos lineamientos a lo que estará enfocado el Museo de Lukas, como centro creador de cultura.

En este aspecto, las muestras de Lukas serán lo principal en el Museo, sin embargo, están las muestras de colecciones temporales, las cuales estarán a cargo de galeristas de renombrada trayectoria a nivel local, quienes son las encargadas de hacer la invitación a los artistas emergentes y consagrados a nivel nacional, para así complementar las exposiciones.

Respecto del café y la tienda, la idea principal es que la empresa privada esté a cargo en concesiones para proveer de mejor manera a la comunidad de servicios comerciales de calidad y así los agentes participantes del Museo, destinan los recursos financieros y técnicos en diseñar nuevas propuestas a desarrollar.

La comunidad es un agente muy importante, porque se demanda de su participación para el buen funcionamiento del proyecto.

También la empresa privada está contemplada en el proyecto, como la empresa a cargo del Ascensor Concepción, la empresa El Mercurio y empresas como Agunsa que apoya al museo en la auspicio de ediciones y publicaciones.

El Consejo de la Cultura y las Artes también está contemplado como agente participante, la Municipalidad y otros organismos institucionales como casas de estudio estatales o privadas, quienes hasta ahora han cumplido un rol muy importante, pero que en un futuro, deberían desarrollar un rol protagónico dentro de las actividades a realizar por el Museo.

2.6.4 Regulación De Las Relaciones Entre Agentes del Proyecto Museo de Lukas

En cuanto a una regulación vigente entre los diferentes actores involucrados en el proyecto podemos contar con convenios y contratos entre las empresas privadas, es decir, entre la empresa a cargo del Ascensor Concepción, El Mercurio de Valparaíso y las empresas concesionarias del sector de los servicios con los que cuenta el Museo de Lukas. Esto a raíz, para definir los lineamientos y estructuras formales para actuales y futuros acuerdos, debido a que la mayoría de instituciones participantes son de carácter privado.

La representatividad de cada una de las organizaciones privadas estará conformada por su Directorio, el cuál deberán reunirse mensualmente para ver si los objetivos se están cumpliendo a cabalidad, si están cumpliendo lo que esperaban, que es generar un impacto cultural, artístico, patrimonial y turístico en el sector y en la ciudad. Si bien cada institución tendrá sus propios objetivos al general las alianzas estratégicas correspondientes, no podrán descuidar la finalidad en conjunto, por lo que cada empresa tendrá a cargo una función destacable en cuanto al real aporte financiero, humano, de gestión, comunicacional que realice.

CAPITULO III: PRODUCCIÓN DEL PROYECTO MIRADOR DE LUKAS

3.1 Planificación de la Producción del Proyecto Mirador de Lukas

3.1.1 Previsión de Tareas

Las tareas a realizar en el Museo Mirador de Lukas son variadas, partiendo por la adopción del nuevo modelo museológico, lo cual implica realizar las alianzas correspondientes con las empresas privadas correspondientes, cada empresa relacionada con el área turístico y cultural tendrá a cargo un módulo en el museo, el cual estará instalado ya sea en el interior o exterior del museo, para así dar mayor movilidad a la visita, también se realizaran cambios en la infraestructura, refaccionando los espacios pertenecientes al primer nivel de la casa, y también se crearan y construirán nuevos espacios, en este caso para la cafetería cultural, la cual será instalada frente a la casa donde se encuentra el museo y actuará además de cafetería como una extensión del museo.

En cuanto a los murales instalados en los alrededores de la escala donde se tiene acceso al Paseo Atkinson, y la fachada trasera de las instalaciones del Diario El Mercurio, estos estarán a cargo de casas de estudios superiores, donde los alumnos de las carreras de arte y diseño, tendrán la misión y la labor de realizar los murales para darle al entorno una vista más turística y acrecentar de esta manera un mayor y mejor transito de los turistas y visitantes del sector.

Como actualmente toda la actividad relacionada con el Museo se centra sólo donde se encuentra la casa, lo que ahora se pretende es la unión y vinculación con otros agentes del sector, para así potenciar el turismo y captar un mayor numero de visitas, que no solo recorran el paseo, sino que entren al museo y no pasen solo por fuera de la casa, que eso es lo que pasa en la actualidad.

3.1.2 Programa de actividades proyecto Museo Mirador de Lukas

En la actualidad el programa de actividades del Museo Mirador de Lukas son las siguientes:

Actividades Permanentes:

- Exposiciones y muestras de Lukas

Actividades Temporales:

- Lanzamientos de publicaciones de Lukas.
- Ciclos de Cine
- Exposiciones de diferentes artistas nacionales.
- Charlas y tertulias respecto a temas culturales y artísticos.
- Celebración de festividades nacionales.
- Lanzamientos de libros.
- Muestras de exposiciones fuera del museo, es decir, en otros lugares de la zona.

A futuro las actividades desarrolladas por el Museo Mirador de Lukas son las siguientes:

Actividades Permanentes:

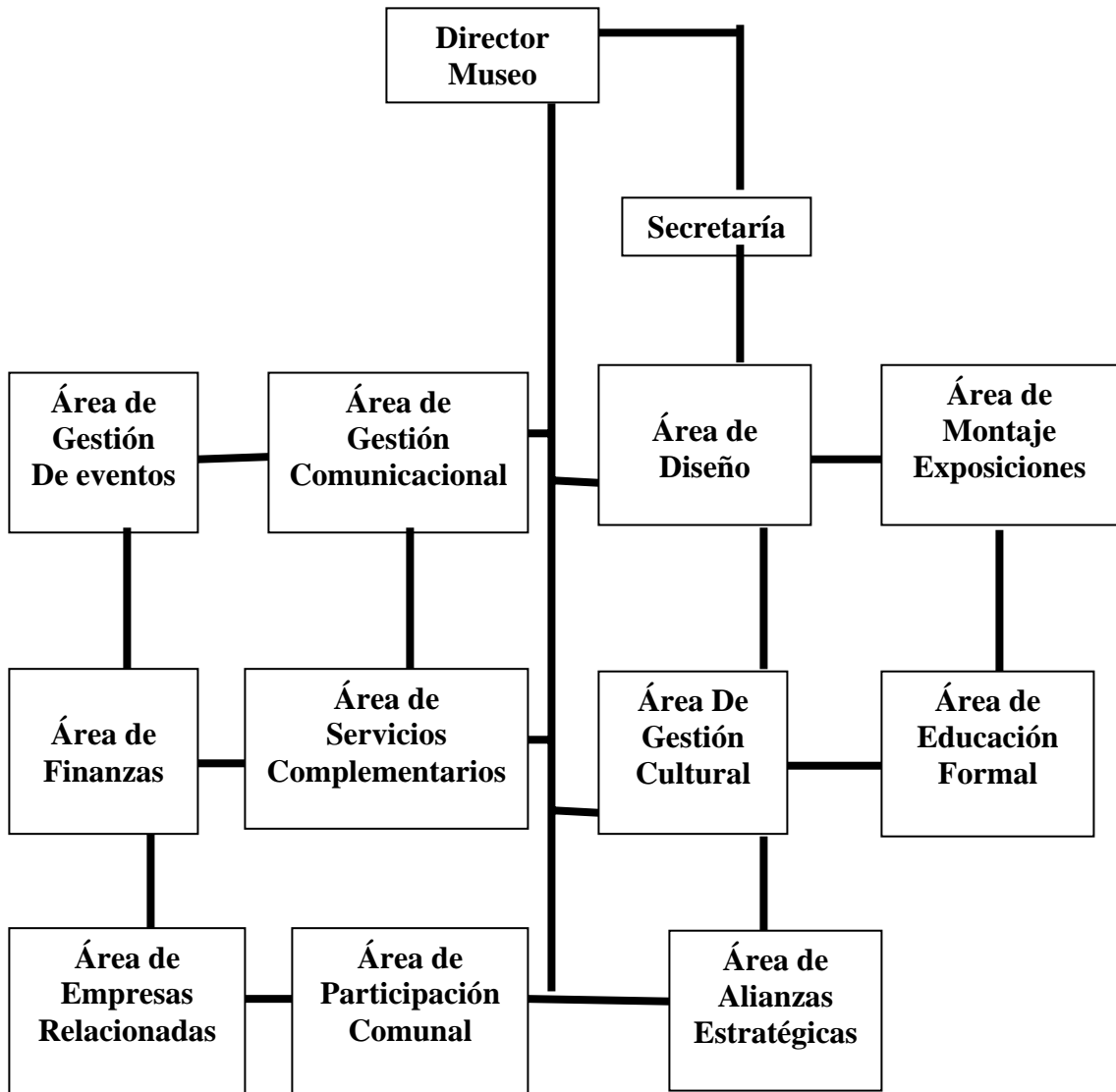
- Exposiciones y muestras de Lukas
- Exhibición de películas y caricaturas de Lukas, con un horario definido y hacer participe la invitación a colegios, universidades, institutos, jardines infantiles, etc.
- Vinculación con los agentes gastronómicos del sector, para así poder realizar una vez al mes, una degustación en el paseo y posteriormente se realice la visita al museo.
- Ciclos de teatro, donde los alumnos de las diferentes casa de estudios donde se imparte esta carrera, puedan mostrar sus obras y así generar en el sector la actividad cultural que corresponde.
- Vinculación con casas editoriales, para que así puedan realizarse mayor numero de lanzamientos de obras literarias, ciclos de poética, charlas sobre el tema, ferias, etc.
- Vinculación con agencias de turismo nacionales e internacionales, para que los turistas visiten el museo y también puedan realizar actividades propias tales como actividades culturales y artísticas generadas por ellos mismos.

3.2 Estructura Organizativa y Recursos Humanos del Proyecto Museo Mirador de Lukas

3.2.1 Estructura de la organización formal del Proyecto Museo Mirador de Lukas

La estructura organizativa del Museo Mirador de Lukas si bien esta compuesta por un Director y por los empleados del museo, no implica que la estructura sea jerárquica, aunque si bien es cierto, todos quienes trabajan en el museo, tanto dentro como fuera de la organización pueden participar activamente las decisiones finales siempre son tomadas por el Director del museo, en común acuerdo con los directivos de la Fundación, cuando estas decisiones impliquen un cambio mayor o requiera de la aprobación del directorio de la Fundación.

A partir de esto, es que surge un nuevo modelo de organigrama, para el Museo Mirador de Lukas:



Es así como se adopta un nuevo modelo de organización, donde todos los agentes participantes del museo están interrelacionados, lo cual se verá favorecido por contar al interior de la empresa con todas estas áreas, facilitando y mejorando la calidad de servicios en general que ofrece y entrega el Museo Mirador de Lukas.

3.2.2 Funcionamiento interno de la organización en el Proyecto Museo Mirador de Lukas

El funcionamiento dentro de la institución como se ve en el organigrama, será de manera interrelacionada, es decir, cada área estará definida y cada una tendrá su espacio de trabajo, pero esto no implica que las demás áreas no tengan conocimiento de lo que hace la otra, ya que al ser una organización pequeña, la comunicación debe pasar por todos los departamentos y así poder tomar en conjunto las mejores decisiones y se puedan realizar todas las actividades y planes contempladas para la inserción del museo como centro cultural y en el ámbito artístico local y nacional.

Así mismo también, la coordinación ejecutiva estará a cargo de cada jefe de área, recayendo en él el poder de criterio para delegar funciones y fiscalizar que las tareas asignadas se realicen de manera óptima.

Es así como esta presente la participación, tanto desde la organización interna del Museo Mirador de Lukas, como desde hacer accesible la participación de la comunidad, representada por la junta de vecinos del sector y por agentes relacionados con instituciones como centros de adultos mayores, hogares de menores, etc.

Las personas necesarias para el desarrollo del proyecto son sin duda profesionales para que integren el equipo del museo, y se caracterizan porque cada profesional tendrá a cargo su área y además otras personas para que complementen el trabajo.

En cuanto a los modelos a seguir para la implementación de las nuevas áreas de proyectos, estas estarán coordinadas cada una por su jefe a cargo, y también estarán supervisadas por el Director del Museo

3.3 Comunicación

3.3.1 Definición de la imagen del Proyecto Museo Mirador de Lukas

Si bien el Museo Mirador de Lukas ya tiene una imagen, que es la de un museo que rescata el patrimonio visual de un país, lo que se quiere proyectar a futuro del Museo Mirador de Lukas es desde el punto de vista del marketing.

Esto debido a que en los últimos años los museos que han realizado exposiciones masivas, cuando éstas concluyen, el público asistente disminuye de una manera considerable hasta que se instala una nueva exposición importante. Algunos museos han dedicado recursos a crear una imagen de marca y una identidad que atraigan al público hacia el museo, no sólo durante las grandes exposiciones sino en cualquier momento, como lugar donde pasar el tiempo libre, divertirse o tener una experiencia grandiosa.¹³

Es probable que algunas personas de la comunidad no estén muy familiarizados con el museo, por tener este una imagen de arcaico, aburrido y monótona, pero con una imagen y una identidad de marca eficaz, pueden inducir y de cierta manera invitar a las personas para que visiten el museo, incluso hasta llegar a convertirse en visitantes habituales.

Dentro de ésta imagen que se quiere del Museo Mirador de Lukas, está el eslogan con el que se identificaría, y este sería

“Centro de Creación y Gestión Cultural Mirador de Lukas, donde se vive, se siente y se admira el Arte”

Con éste eslogan lo que se pretende es que el Museo esté en la memoria de la comunidad, de las agencias de turismo, de los centros culturales, de la escena cultural de la ciudad.

En cuanto a los medios de comunicación, éstos son importantes y determinantes al momento de realizar actividades, ya que es por medio de estos donde la información llega a su destino, en este caso la comunidad.

¹³ Estrategias y Marketing de Museos. Neil Kotler y Philip Kotler.

Respecto de la publicidad, algunos mecanismos utilizados son:

- Anuncios en prensa y radiodifusión.
- Mailings
- Folletos
- Catálogos
- Carteles y prospectos
- Materiales audiovisuales.

En cuanto a relaciones públicas:

- Comunicados de prensa.
- Charlas, seminarios.
- Relaciones comunitarias.
- Relaciones con los medios.

En cuanto al Marketing:

- Marketing de base de datos.

En cuanto a promoción de ventas:

- Regalos y bonificaciones
- Descuentos
- Tickets

La publicidad puede añadir valor a las iniciativas de un museo de diversas formas: como una propaganda de su imagen a largo plazo, como forma de difundir información sobre un acto especial o como anuncio de una nueva iniciativa.

Los museos en general insertan anuncios en diarios y revistas, radioemisoras y ocasionalmente canales de televisión, así como también imprimen folletos.

La publicidad como medio de comunicación tiene una serie de ventajas ya que permite un mayor control sobre lo que se pretende anunciar, que sea un mensaje claro y preciso para que sea bien interpretado por la comunidad.

Respecto de los medios elegidos para hacer la publicidad del Museo Mirador de Lukas son los siguientes:

- Televisión
- Radio
- Revistas
- Periódicos.

Televisión

- Gran impacto de la audiencia.
- Selectividad de la audiencia
- Programación según necesidades
- Sensibilización rápida.
- Disponibilidad del patrocinio.
- Posibilidad de merchandising.

Radio

- Bajo coste por contacto.
- Selectividad de la audiencia.
- Programación según necesidades
- Duración variable.
- Disponibilidad de personalidades
- La incidencia puede adecuarse al mercado.

Revistas

- Selectividad de la audiencia
- Asociación editorial
- Vida duradera
- Gran audiencia por inserción
- Color excelente
- Desperdicio mínimo
- Posibilidad de merchandising

Periódicos

- Gran audiencia
- Alcance inmediato
- Plazo de espera corto
- Flexibilidad del mercado
- Buena cobertura entre las clases altas.

3.3.2 Relaciones internas del equipo gestor del Proyecto Museo Mirador de Lukas

Para el buen funcionamiento del Museo Mirador de Lukas y las relaciones interpersonales del equipo que lo conforma, se han realizados cambios de infraestructura para que la comunicación sea inmediata y fluida. Se destaca la creación de nuevos departamentos los cuales llevaran a un mejor dinamismo de los recursos y por ende, a un mejor manejo de situaciones que puedan crear confusión o complicaciones dentro del Museo, las cuales se verán resueltas de inmediato debido a que todas las personas que trabajan en el museo están ubicados en un sector del museo, donde solamente son las oficinas, y donde no se interfiere ni se relaciona el trabajo con los visitantes del museo, haciendo más expedito el trabajo.

Cada Jefe de departamento a su cargo tiene también encargados que desarrollan gran parte de los proyectos, como son por ejemplo instituciones educacionales, centros culturales, agencias de turismo y otros servicios.

No obstante, es el Director del Museo la persona encargada de delegar las acciones principales a cada departamento en pos de un funcionamiento más transparente y para que de esta manera la comunicación sea fluida y la manejen los otros departamentos del Museo.

3.3.3 Relaciones con los medios de comunicación

Es muy importante contar con una relación directa con los medios de comunicación, ya que son estos los encargados de difundir a cabalidad las actividades realizadas por el Museo Mirador de Lukas.

Si bien en la actualidad el Museo cuenta con una base de datos muy importante de canales de televisión, noticieros, radioemisoras, revistas y periódicos, lo que más hace falta es la recurrencia a estos medios personalmente, es decir, que el departamento de relaciones públicas no solo emita comunicados de prensa, sino que también se haga presente en las radios, que las revistas y periódicos hagan entrevistas en el Museo y directamente a los artistas expositores, que exista una publicidad aun más llamativa y que sea constante, que se llame a conferencias de prensa en el mismo Museo, que existan una conectividad y un feedback aún mayor y que además más allá de promocionar las actividades sea un método de convocatoria hacia los artistas de la zona, del país y al público a nivel nacional.

3.3.4 Relaciones con otras áreas o niveles de la misma organización del Proyecto Museo Mirador de Lukas

Las otras áreas presentes en el Museo son el área de Educación, el área de Participación ciudadana, El área de Gestión Comunicacional, el área de Servicios Complementarios, los cuales al estar trabajando en conjunto dentro del Museo crean vínculos comunicacionales y una comunicación y proceso de la información más fluida, lo que facilita la creación de actividades culturales, la interacción comunal, el mayor flujo de visitantes al museo ya que las personas a cargo de éstas áreas serán profesionales dotados para la creación y puesta en marcha de proyectos de gran envergadura cultural.

Otra área que el Museo Mirador de Lukas debe desarrollar es la alianza entre el Consejo Nacional de Cultura y las Artes, ya que es una gran institución que presta conocimientos técnicos, de asesoría legal, financiera y es un gran apoyo y para las actividades que implemente el Museo Mirador de Lukas, además de poder contar con profesionales de todas las áreas y a su vez tendría el apoyo comunicacional que todo museo necesita para llevar a buen fin las actividades propuestas.

3.4 Requisitos Infraestructurales y Técnicos del Proyecto Museo de Lukas

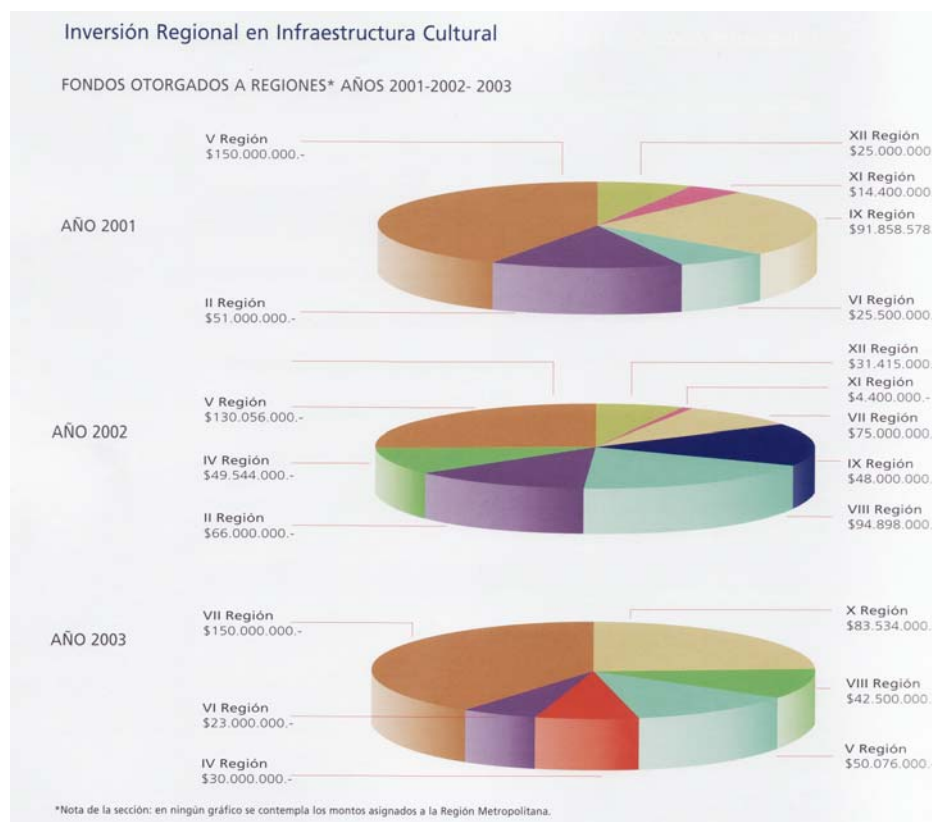
3.4.1 Relación y descripción de las infraestructuras necesarias para el Proyecto Museo de Lukas

Respecto a la infraestructura, debemos acotar que el aprovechamiento máximo de los espacios físicos que posean los museos, hace que éste sin duda alguna pueda entregar servicios de calidad y de variedad, además de realizar un real aporte a la escena cultural del país dotando a la ciudad de espacios modernos donde se puedan realizar eventos de magnitudes culturales vanguardistas del siglo XXI.

Es como el ex presidente Ricardo Lagos fundamento la creación de una comisión presidencial de infraestructura cultural dada la importancia que cobra este tema en el desarrollo cultural de un país.

Como infraestructura cultural se define “como un soporte físico-espacial de calidad capaz de acoger las distintas expresiones de la cultura y las artes”¹⁴

De esta manera la comisión presidencial de infraestructura cultural desde su creación en el año 2000 hasta el año 2003, trabajo 52 proyectos en total, no solo entregando fondos para su desarrollo, sino que asesorando las planificaciones de gestión cultural



Fuente: Memoria 2000-2003 Comisión Presidencial de Infraestructura Cultural. Gobierno de Chile. Año 2003

En cuanto a la infraestructura del Museo Mirador de Lukas esta se ve en la necesidad de una restauración, transformando los espacios actuales de la casa, los cuales son estáticos y no existe un circuito donde lleve al visitante a disfrutar le la obra, no hay un enlace entre las colecciones del primer nivel y lo que se transmite en el primer nivel, en un espacio donde se permite el recorrido de una sala a otra, a modo de conexión entre las obras, donde es posible el acceso a personas minusválidas, que no se queden entrampadas solamente en el primer nivel del Museo, sino donde pueden acceder al segundo nivel por medio de un ascensor.

Además el Museo contará con una cafetería la cual será edificada en un antejardín que queda al frente del Museo, un espacio de 20 metros cuadrados donde además de ser Cafetería Cultural, contará con espacios para exposiciones permanentes de Lukas y temporales de otros artistas, será una extensión del Museo donde se pueda mostrar otra faceta de Lukas como la de periodista

¹⁴ Sonia Tschorne Berestesky. Memoria 2000-2003 Comisión Presidencial de Infraestructura Cultural. Gobierno de Chile. Año 2003

cuando escribía para diferentes periódicos en el extranjero, que cada libro tenga un espacio físico para así poder mostrar las ilustraciones, que en general, sea un lugar donde las personas además de pasar un rato agradable, puedan instruirse y llevarse una enseñanza de lo que fue Renzo Pecchenino y del aporte cultural que dejó al país.

Además, se transformará el espacio del jardín que existe hoy en el Museo, este espacio estará conformado por vidrios, para que así las personas que transiten por el Paseo Gervasoni puedan observar hacia dentro del Museo y accedan a él.

El cambio estructural en si es el siguiente:

Segundo Nivel Museo Mirador de Lukas

- 3 Salas de Exposiciones
- 3 Áreas de Exposiciones
- Terraza
- Taller de Lukas
- Sala de Reuniones y Eventos

Primer Nivel Museo Mirador de Lukas

- 3 Salas de Exposiciones
- 1 Sala Audiovisual
- 1 Tienda
- 3 Baños
- Ascensor Discapacitados
- Cocina
- Oficinas
- Bodega
- Patio de las Esculturas
- Cafetería Cultural

De esta manera queda de manifiesto que el Museo Mirador de Lukas será uno de los Museos más vanguardistas de Valparaíso de acuerdo a su arquitectura, a las actividades que se realizarán, a las alianzas. A las gestiones y al apropiamiento de espacios.

El Museo de Lukas es un museo que lleva más de una década en funcionamiento como tal, no obstante, es ahora, después de su restauración que implementa un nuevo estilo de museología, que si bien está mucho más enfocado a los lineamientos internacionales de lo que los museos en general realizan, aún no logra un real posicionamiento dentro del circuito turístico, además la población si bien conoce de la existencia del museo como tal y como centro cultural aún no está la conexión que debería existir, siendo que el museo después de su restauración lleva un año y medio en funcionamiento.



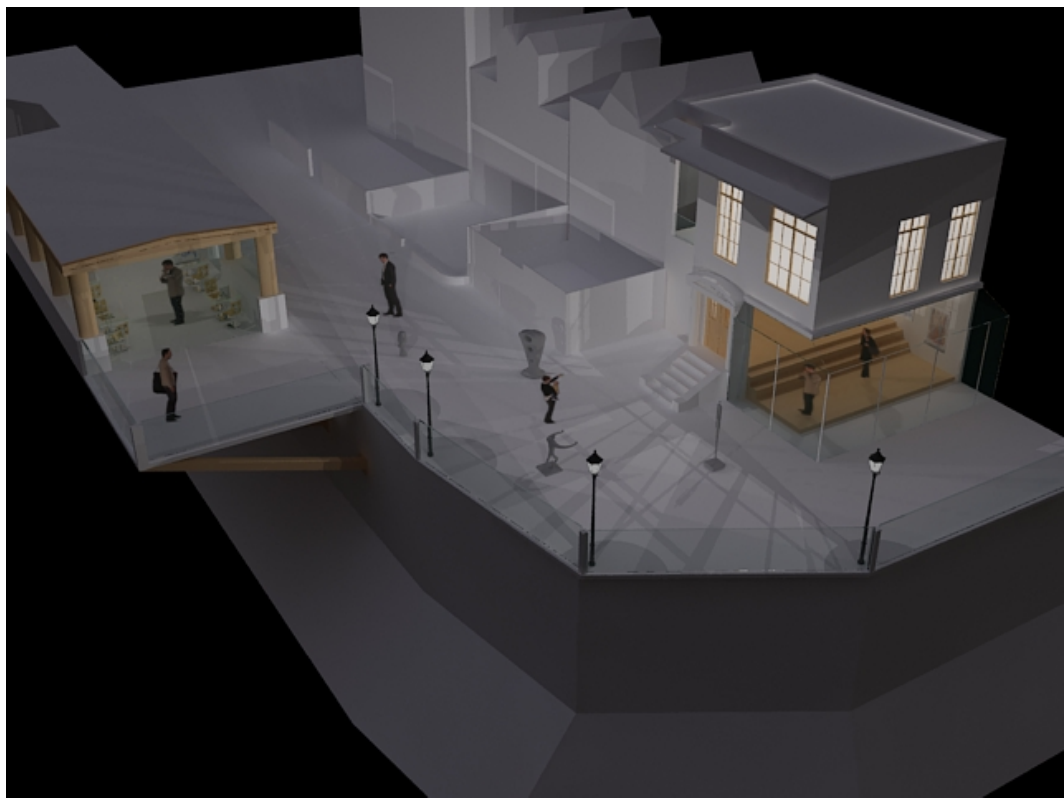
Fuente: Elaboración Jaime Zúñiga



Fuente: Elaboración Jaime Zúñiga



Fuente: Elaboración Jaime Zúñiga



Fuente: Elaboración Jaime Zúñiga



Fuente: Elaboración Jaime Zúñiga



Fuente: Elaboración Jaime Zúñiga



Fuente: Elaboración Jaime Zúñiga



Fuente: Elaboración Jaime Zúñiga



Fuente: Elaboración Jaime Zúñiga



Fuente: Elaboración Jaime Zúñiga



Fuente: Elaboración Jaime Zúñiga

Las imágenes anteriores corresponden al nuevo estilo arquitectónico del Museo Mirador de Lukas, donde se ve renovado y apropiado completamente los espacios públicos como el Paseo Gervasoni, como intervenidos en el espacio de la Cafetería Cultural, donde se mezcla el placer de la degustación gastronómica con el placer de admirar el Arte en toda su amplitud.

Además cuenta con vistas de noche por el Paseo Gervasoni y donde el Paseo no solamente sirve para admirar la vista de la ciudad de Valparaíso, sino que también es utilizado para montar exposiciones, en este caso esculturas, sin perjuicio que en el futuro puedan realizarse obras de teatro u otros montajes artísticos culturales.

Ascensor Concepción



Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Jaime Zúñiga



Fuente: Elaboración Propia.



Fuente: Elaboración Jaime Zúñiga

Estas imágenes corresponden al Ascensor Concepción donde luce totalmente renovado en cuanto a su infraestructura y donde además los carros elevadores tienen dibujados las caricaturas de Lukas, haciendo un atractivo turístico y porque no decirlo, invitando al visitante a subir por el

ascensor para luego visitar el Museo. Esto corresponde a la alianza estratégica entre el Museo Mirador de Lukas y la empresa a cargo del Ascensor Concepción.

Además está el acceso por calle Esmeralda hacia el Ascensor Concepción, donde sus paredes hacia el acceso de los elevadores están retratadas las caricaturas del personaje emblemático de Lukas, “Don Memorario”.

Diario El Mercurio



Fuente: Elaboración Propia.



Fuente: Elaboración Jaime Zúñiga

Esta imagen corresponde a la parte trasera del edificio donde se encuentra El Diario el Mercurio, donde en la actualidad está en total abandono tanto por el mismo periódico, como por las autoridades que no se preocupan del sector ni de su mantención.

Al realizar las gestiones estratégicas entre el Museo Mirador de Lukas y El Diario el Mercurio, se harían instalaciones en su fachada trasera con dibujos de Lukas, para de este modo “limpiar” el sector e instaurar una ruta turística y a su vez que el turista se sienta motivado a transitar por los sectores antes descritos.

3.4.2 Factores Jurídicos del Museo Mirador de Lukas

El Museo Mirador de Lukas es un museo que se encuentra bajo el alero de la fundación Renzo Pecchenino.

Las fundaciones son personas jurídicas de derecho privado sin fines de lucro, que nacen con la destinación de un conjunto de bienes al cumplimiento de un fin de carácter general, permanente o estable, no lucrativo y querido por el fundador.

Forma De Constituirse:

Rigen las normas relativas a concesión de personalidad jurídica de corporaciones, es decir se constituyen por voluntad del fundador y por aprobación del presidente de la república mediante Decreto Supremo.

Lo relevante en la figura de la fundación es el conjunto de bienes destinados a un fin determinado por el fundador, por lo tanto terminará su existencia si éstos se destruyen totalmente o quedan en un estado en que no es posible servir a dichos fines. Las normas de cancelación de personalidad jurídica por vía de autoridad, aplicables a las corporaciones rigen igualmente para estas organizaciones

La Fundación Renzo Pecchenino fue constituida en el año 1990 con la finalidad de resguardar y proteger las colecciones y el patrimonio de Renzo Pecchenino Lukas. Además la Fundación apoya actividades culturales que no son necesariamente ligadas con el Museo, sino que también se preocupa de preservar y mantener un enlace permanente con el quehacer cultural de la zona.

3.5 Factores Económicos y Financieros del Proyecto Museo Mirador de Lukas

3.5.1 Gestión financiera

Uno de los puntos más importantes y significativos en la realización de un proyecto es la gestión financiera para así poder realizar el proyecto.

Es por esto que para llevarlo a cabo, la Fundación Renzo Pecchenino destinará aportes correspondientes, además la empresa que tiene a cargo el Ascensor Concepción y el Diario El Mercurio, ligadas de mayor manera al Museo realizarán aportes, debido a la alianza estratégica establecida.

Respecto a estas empresas, tendrán a su vez la opción de poder utilizar las instalaciones del Museo para las actividades que estimen convenientes.

Otro método de financiamiento son fondos concursables del Estado como la Ley de Donaciones Culturales o Ley Valdés, así como también fondos concursables del Fondart y del Fondo Nacional de Desarrollo Regional, con su programa de “Puerto Cultura”. [Apéndice N° 1]

Respecto a la Ley Valdés es una de las primeras leyes para el desarrollo cultural ligando al sector privado la cual permite a la empresa que dona los recursos como a la empresa que recibe los recibe tener un beneficio mutuo. Esta ley versa de cómo poder realizar donaciones organizaciones culturales sin fines de lucro y abiertas al público, de esta manera el Estado realiza una rebaja tributaria para sus donantes, esto equivale a decir que los donantes tendrán derecho a un crédito equivalente al 50% de las donaciones en contra de su Impuesto de Primera Categoría o Global Complementario, cuando corresponda.

La inversión inicial a este proyecto asciende a la suma de \$154.316.640, los cuales serán financiados por la Fundación Renzo Pecchenino, empresas relacionadas como el Ascensor Concepción, el Diario El Mercurio, y otras empresas con las que realizarán alianzas estratégicas, además de la participación a los fondos concursables antes descritos.

3.5.2 Presupuesto detallado por partidas

- **Ingresos previstos y su procedencia**

Los ingresos previstos para este proyecto, están en base al costo de la entrada al Museo la cuál será de \$1.500 por adulto y de \$800 niños, estudiantes y 3ª edad, este valor en la entrada se debe a un aumento en las exposiciones y las actividades artísticas, por lo que en comparación con otros museos de la ciudad y en comparación a lo que se realizara en el Museo Mirador de Lukas, es un precio accesible por cuanto por este costo se podrán admirar diversas ramas artísticas dentro del Museo, además de la entrada de dinero por concepto de arriendo de la concesión de la cafetería y de la tienda, en esta última la tienda pagará un porcentaje al Museo por la venta de las publicaciones de Lukas, ya sean libros y láminas del personaje. Por otra parte están los ingresos

por arriendo de las salas de exposiciones del primer y segundo nivel, las cuales serán arrendadas mensualmente cada una para la presentación de obras y actividades artísticas.

Concepto de Entradas	34,500,000
Tienda	6,000,000
Cafetería	9,600,000
Arriendo Salas Exposiciones	3,600,000
Total	53,700,000

Fuente: Elaboración Propia.

Los costos que se publican son calculados de forma anual.

En cuanto a las entradas, se estima una afluencia de público de 30.000 personas. Esto es una estimación, debido a que desde su reapertura el año 2006 hasta abril del año 2007 había ingresado un total de aproximadamente de 15.000 personas, lo que al implementar todo este modelo de gestión y el cambio estructural del Museo la afluencia de público se duplicará. La estimación de público esta proporcionalmente evaluada, es decir, los Adultos conforman un segmento y los estudiantes, niños y tercera edad otro segmento que iguala o se acerca a la afluencia del segmento anterior.

- **Gastos previstos y su destino**

Respecto de los gastos y salidas de dinero del Museo Mirador de Lukas estos se refieren a sueldos y remuneraciones de los profesionales que trabajan en el Museo, además mantenimiento del Museo, como artículos de aseo, artefactos, servicios respecto a luz, agua, Internet, teléfonos, etc. y eventos mensuales que se realizaran, como inauguraciones, eventos especiales, lanzamientos de libros, etc.

Los gastos y egresos que se detallan a continuación están calculados anualmente.

Sueldos	21,600,000
Mantenimiento Recinto	6,000,000
Servicios	3,600,000
Eventos y Actividades	6,000,000
Total	37,200,000

3.5.3 Rentabilidad social del Proyecto Museo de Lukas

La Rentabilidad Social de un proyecto cultural es lo más importante, ya que afecta de manera directa el comportamiento social y cultural de un lugar, además de crear las instancias de desarrollo grupal y personal de quienes se ven ligados a actividades de diferente índole.

La Rentabilidad Social, como concepto, nace dentro de los discursos políticos en América latina Debido a la problemática social por la que se ha atravesado en las últimas décadas. Es así, como a su vez, nace el Estado solucionador de insatisfacciones.

Aunque el Museo Mirador de Lukas sea un ente de carácter privado, no significa que este carezca de Rentabilidad Social, ya que como Museo esta fuertemente ligado a este concepto.

*Acercar los museos a la sociedad, y la sociedad a los museos, ha sido una tarea de los últimos cincuenta años.*¹⁵. Bajo este lema es que los Museos además de exhibir muestras artísticas, tienen un rol social educativo, de entretenimiento y de esparcimiento, donde pueden disfrutar todas las personas que estén dispuestas a enriquecerse culturalmente, desde familias, hasta delegaciones extranjeras, y a su vez, es un patrimonio vivencial de las riquezas que tenga una ciudad, región o país, el cual si es bien desarrollado, bien implementado haría esencial su aporte a la sociedad.

Un mayor nivel de educación implicaría un interés mayor hacia los museos. De hecho, en la sociedad existe una relación más amable y fluida con la cultura y las artes y su desarrollo. Para que la sociedad consuma cultura debe ser una sociedad culta. Existe un interés creciente, pero es gradual. Por otra parte, lo que pasa en ocasiones es que a pesar que se podría utilizar herramientas como las nuevas tecnologías para acercar al público, no existen los recursos para acceder a esos medios.

Se debe ser consciente que hay que trabajar en la conservación, la catalogación e investigación de los bienes, pero que el fin último es la sociedad, es decir, hay que buscar la rentabilidad social del patrimonio.

Por este motivo el Museo Mirador de Lukas por medio del cambio, busca satisfacer de mejor y mayor manera el interés y las inquietudes que actualmente tiene la sociedad en el ámbito artístico cultural, aumentando su capacidad de público y llegando a los diferentes intereses de la sociedad, para de esta manera incentivar a las generaciones futuras a la creación y a la participación cultural de estas.

¹⁵ Memoria Dibam 2000-2005.

Conclusiones

Este proyecto surgió después de muchos meses en que personalmente trabajé en el Museo de Lukas y pude experimentar vivencialmente los problemas, las faltas de competencias, la ausencia de gestiones adecuadas, la ausencia de público, la falta de asesoría.

Durante el tiempo de investigación, además de comprobar que en Valparaíso existen numerosas iniciativas culturales de colectivos e instituciones, la mayoría de estas actividades no cuentan con el espacio físico adecuado, como tampoco cuentan con instituciones ligadas al ámbito cultural que puedan entregarles asesorías y conocimientos técnicos y humanos para el desarrollo de las actividades.

El Museo Casa Mirador de Lukas si bien es un museo que lleva años de funcionamiento como tal, es en el último año después de su restauración que quiere implementar un cambio respecto de su labor cultural, para lo cual fue necesario realizar investigaciones de cambios en museología, intervenciones arquitectónicas, creación de alianzas estratégicas empresariales, las cuales benefician no solamente a las empresas e instituciones ya sean educacionales, relacionadas al turismo, la cultura, y al mismo Museo, sino que beneficia a la ciudad, al país, a un Chile que se expande en relación a industrias culturales.

Es así como el proyecto toma la forma de *Centro de Creación y Gestión Cultural*, donde convergen un sinnúmero de actividades propias del museo y la finalidad de difundir la obra de Lukas, además de la realización de presentaciones artísticas, apoyo del Museo para otras instituciones y eventos que se hagan presentes, etc.

Respecto a los usuarios del Museo la mayoría son adultos y estudiantes, esto se debe a que los adultos son quienes conocieron a cabalidad la obra de Lukas por cuanto al visitar el Museo rememoran una experiencia y emociones únicas, y los estudiantes asisten en su mayoría para conocer la obra de Lukas y además construir en su memoria parte de la historia de la ciudad y del país, mediante las caricaturas, ironía y sarcasmo característico del personaje.

En cuanto al marketing es una herramienta demasiado importante a la hora de sacar adelante proyectos como éste, ya que no es común que en los museos chilenos se adopte esta instrumento para dar a conocer las actividades ni la labor museística, por lo que se hace importante que los museos, centros culturales y toda institución ligada a la cultura aplique y adopte el marketing y la publicidad como herramienta fundamental para el buen desarrollo y una mayor aceptación y conocimiento a nivel general de la labor desempeñada por éstos.

El interés cultural a nivel de país es algo que esta en constante desarrollo, por lo que sin duda hay que instaurar nuevas políticas, mejorar las existentes y sin duda, involucrar a la comunidad en este incipiente nacimiento, ya que si bien existen lugares, actividades y acceso cultural, siguen siendo los grupos de mayor ingreso económico quienes lo consumen, y los grupos de menor o escaso ingreso siguen viendo estas actividades como algo lejano, a lo que no pertenecen y esto es debido a la mentalidad-país que existe, que aunque esta en vías de cambio, aún contempla barreras de contención cultural, política y social.

Proposición de Futuras Investigaciones o Proyectos

Valparaíso es una ciudad donde la cultura se vive y se encuentra en cada rincón, de sus cerros, de su gente.

Cuenta con una cantidad innumerable de patrimonio tangible e intangible, los cuales no se han valorado como corresponde, a pesar que la ciudad tiene carácter de Patrimonio de la Humanidad, solo se han enfocado en revitalizar los sectores declarados, dejando otros sectores de la ciudad de lado.

Placilla, es un ejemplo, ya que es un sector de la ciudad donde la creación de un nuevo concepto inmobiliario se ha venido dando desde hace 10 años aproximadamente, con una cantidad de viviendas y familias que si bien en primera instancia llegaron allá alejándose de la “ciudad”, ahora este sector cuenta con innumerables servicios, de los cuales la creación de prestaciones turísticas y culturales se hacen necesarios.

Cabe aclarar que es un sector limitante, es decir, la creación de nuevos espacios se hace inminente mediante la construcción y/o restauración arquitectónica, lo que se hace necesario por las características de ese sector, que los proyectos sean rentables, donde la ganancia sea financiera, pero que además interese la participación ciudadana, sin perder el lado social que deben tener los proyectos culturales en miras a crear una integración ciudadana que lleve a un desarrollo completo de todas las aristas de vida social.

Además en este sector es posible desarrollar Turismo Verde, dada las características naturales y la cercanía a otro sector de la ciudad como es Laguna Verde.

En este sector también es posible desarrollar actividades turísticas, artísticas y culturales al aire libre, donde es necesario complementar actividades culturales y naturaleza, rama que se esta dando en la actualidad.

Un punto importante a destacar es el desarrollo de la capacidad turística del sector que esta mínimamente implementado y cuenta con un potencial en aumento respecto al entorno natural y el crecimiento sostenido de actividades de esparcimiento ecológico.

Bibliografía

- Estrategias y Marketing de Museos. Neil Kotler y Phillip Kotler.
- Diseño y Evaluación de Proyectos Culturales. David Roselló
- Consumo Cultural en Chile, Miradas y Perspectivas. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Año 2005
- Cartografía Cultural de Chile. Letras Cruzadas. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Año 2003
- Chile quiere más Cultura. Política Cultural 2005-2010. Consejo de la Cultura y las Artes
- Memoria Dibam
- Conferencia Mundial Sobre Políticas Culturales.
- Encuesta Consumo Cultural y Uso del Tiempo Libre. Año 2005
- Rafael Torres. Director Casa Mirador de Lukas.

Páginas WEB

- www.consejodelacultura.cl
- www.ine.cl
- www.gobiernodechile.cl

Apéndice N° 1

LEY DE DONACIONES CULTURALES

(Art. 8° De La Ley 18.985,

Publicada En El Diario Oficial del 28.06.90, con los cambios que introduce la Ley N° 19.727 publicada en el Diario Oficial del 05.05.01)

ARTICULO 1º: Para los fines de esta ley se entenderá por:

1.- Beneficiarios: A las Universidades e Institutos Profesionales estatales y particulares reconocidos por el Estado, y a las Corporaciones y Fundaciones sin fines de lucro cuyo objeto exclusivo sea la investigación, desarrollo y difusión de la cultura y el arte. **"1) Beneficiarios: a las universidades e institutos profesionales estatales y particulares reconocidos por el Estado, a las bibliotecas abiertas al público en general o a las entidades que las administran, a las corporaciones y fundaciones sin fines de lucro y a las organizaciones comunitarias funcionales constituidas de acuerdo a la ley N° 19.418, que establece normas sobre Juntas de Vecinos y demás Organizaciones Comunitarias, cuyo objeto sea la investigación, desarrollo y difusión de la cultura y el arte. Serán, asimismo, beneficiarias las bibliotecas de los establecimientos que permanezcan abiertas al público, de acuerdo con la normativa que exista al respecto y a la aprobación que otorgue el Secretario Regional Ministerial de Educación correspondiente, la cual deberá necesariamente compatibilizar los intereses de la comunidad con los del propio establecimiento. Los museos estatales y municipales podrán ser beneficiarios, así como los museos privados que estén abiertos al público en general y siempre que sean de propiedad y estén administrados por entidades o personas jurídicas que no persigan fines de lucro. Asimismo, será beneficiario el Consejo de Monumentos Nacionales, respecto de los proyectos que estén destinados únicamente a la conservación, mantención, reparación, restauración y reconstrucción de monumentos históricos, monumentos arqueológicos, monumentos públicos, zonas típicas, ya sean en bienes nacionales de uso público, bienes de propiedad fiscal o pública contemplados en la ley N° 17.288, sobre Monumentos Nacionales."**

2. - Donantes: A los contribuyentes que de acuerdo a lo dispuesto en la Ley de Impuesto a la Renta, declaren sus rentas efectivas, según contabilidad completa, y tributen de acuerdo con las normas del Impuesto de Primera Categoría, así como también, aquellos que estén afectos al Impuesto Global Complementario que declaren igual tipo de rentas, que efectúen donaciones a Beneficiarios según las normas de esta Ley. Se excluye de este número a las empresas del estado y aquellas en que el Estado, sus organismos o empresas y las Municipalidades, tengan una participación o interés superior al 50 por ciento del capital.

3. - Comité Calificador de Donaciones Privadas: El que estará integrado por el Ministerio de Educación Pública o su representante, un representante del Senado, un representante de la Cámara de Diputados,

un representante del Consejo de Rectores y un representante de la Confederación de la Producción y del Comercio. Este Comité podrá delegar sus funciones en Comités Regionales.

4. - Proyecto: El plan o programa de actividades específicas culturales o artísticas que el beneficiario se propone realizar dentro de un tiempo determinado. El proyecto puede referirse a la totalidad de las actividades que el beneficiario desarrollará en ese período, en cuyo caso, se denominará proyecto general, o bien sólo o algunas de ellas.

5. - Reglamento: El que deberá dictar el Presidente de la República, a propuesta del Comité, con las firmas de los Ministros de Hacienda y de Educación Pública, conteniendo las normas para la ejecución de lo dispuesto en esta ley, dentro del plazo de 180 días de publicada esta Ley.

ARTÍCULO 2º: Los donantes que hagan donaciones en dinero a los beneficiarios, en las condiciones y para los propósitos que se indica en los artículos siguientes, tendrán derecho a un crédito equivalente al 50% de tales donaciones en contra de su Impuesto de Primera Categoría o Global Complementario, según el caso.

El crédito de que trata este artículo sólo podrá ser deducido si la donación se encuentra incluida en la base de los respectivos impuestos correspondientes a las rentas del año en que se efectuó materialmente la donación.

En ningún caso, el crédito por el total de las donaciones de un contribuyente podrá exceder del 2% de la renta líquida imponible del año o del 2% de la renta imponible del impuesto global complementario y no podrá exceder de 14 mil Unidades Tributarias Mensuales del año.

Las donaciones de que trata este artículo, en la parte en que den derecho al crédito, se reajustarán en la forma establecida para los pagos provisionales obligatorios, de la Ley sobre Impuestos a la Renta, a contar de la fecha en que se incurra en el desembolso efectivo.

"Las donaciones mencionadas, en aquella parte en que no puedan deducirse como crédito, constituirán un gasto necesario para producir la renta afecta al impuesto de primera categoría."

En ningún caso las donaciones referidas en esta ley serán un gasto necesario para producir la renta. Sin perjuicio de lo anterior, no se les aplicará lo dispuesto en el artículo 21 de la ley sobre Impuestos a la Renta.

Las donaciones mencionadas estarán liberadas del trámite de insinuación y quedarán exentas del impuesto que graba a las herencias y donaciones.

"No obstante lo dispuesto en el inciso primero, los contribuyentes podrán efectuar donaciones en especie. Para estos efectos, el valor de las especies será, en caso que el donante sea un contribuyente del impuesto de primera categoría de la Ley sobre Impuesto a la Renta, que determine su renta efectiva sobre la base de contabilidad completa, el que la especie tenga para los efectos de dicha ley, y su transferencia deberá registrarse y documentarse en la forma que establezca el Servicio de Impuestos Internos. En caso que el donante sea un contribuyente del impuesto global complementario, dicho valor será determinado por el Comité, el que podrá considerar como referencia un informe de peritos independientes. El costo de los peritajes será, en todo caso, de cuenta del beneficiario y no formará parte de la donación."

ARTICULO 3º: Sólo darán derecho al crédito establecido en el artículo anterior las donaciones que cumplan los siguientes requisitos:

- 1) Haberse efectuado a un Beneficiario para que éste destine **lo el dinero** donado a un determinado proyecto, debidamente aprobado según lo dispuesto en el artículo siguiente:
- 2) Que el beneficiario haya dado cuenta de haber recibido la donación mediante un certificado que contendrá las especificaciones y se extenderá con las formalidades que señala el Reglamento. El certificado deberá extenderse en, a lo menos, tres ejemplares en formularios impresos, timbrados por el Servicio de Impuestos Internos. Uno de los ejemplares se entregará al Donante otro deberá conservarlo el Beneficiario y el tercero ser guardado por este último a disposición del Servicio de Impuestos Internos.

ARTÍCULO 4º: Para poder recibir donaciones con el efecto prescrito en el Artículo 2º de esta Ley, los Beneficiarios deberán cumplir las siguientes condiciones:

- 1) Ser aprobado por el Comité, de acuerdo a las normas que establezca el Reglamento.
- 2) El Proyecto podrá referirse a la adquisición de bienes corporales destinados permanentemente al cumplimiento de las actividades del Beneficiario, a gastos específicos con ocasión de actividades determinadas o para el funcionamiento de la Institución beneficiaria.

Los bienes corporales muebles adquiridos con donaciones recibidas para un proyecto no podrán ser enajenados sino después de dos años contados desde su adquisición. Los inmuebles sólo podrán ser enajenados después de cinco años. El producto de la enajenación de unos y otros sólo podrá destinarse a otros proyectos del Beneficiario.

En el caso de los inmuebles el dinero que se obtenga por su enajenación deberá dedicarse a la adquisición de otro u otros bienes raíces que deberán destinarse permanentemente al cumplimiento de las actividades del Beneficiario. Estos inmuebles estarán también sujetos a las normas de este número.

En las escrituras públicas donde conste la adquisición de inmuebles pagados total o parcialmente con recursos provenientes de donaciones acogidas a esta Ley, deberá expresarse dicha circunstancia.

- 3) Los proyectos deberán contener una explicación detalladas de las actividades y de las adquisiciones y gastos que requerirán. El reglamento determinará la información que debe contener cada proyecto cuya aprobación se solicita según él numero de este Artículo.
- 4) Cuando los proyectos incluyan la realización de exposiciones de pintura, fotografía, escultura, colecciones de objetos históricos y otras similares, y de funciones o festivales de cine, teatro, danza o ballet, conciertos, y otros espectáculos culturales públicos, la asistencia a los mismos deberá ser gratuita y estar abierta al público en general.
- 5) En ningún caso un proyecto podrá considerar un lapso superior a dos años, contados desde la respectiva aprobación por el Comité.

ARTICULO 5º: Los beneficiarios deberán preparar anualmente un estado de las fuentes y uso detallado de los recursos recibidos en cada proyecto, los que deberán resumirse en un estado general. El reglamento determinará la información que deberá incluirse en dichos estados y la forma de llevar la contabilidad del Beneficiario para estos efectos.

Dentro de los tres primeros meses de cada año los Beneficiarios deberán remitir un ejemplar del estado de fuentes y usos generales de las donaciones recibidas en el año anterior, a la Dirección Regional del Servicio de Impuestos Internos correspondiente a su domicilio. El estado general deberá ser acompañado de una lista de todos los donantes que efectuaron las donaciones, indicando su RUT, domicilio, fecha, cantidad y número de certificado, de cada una de ellas.

Si el beneficiario no cumple lo ordenado en el inciso anterior, será sancionado en la forma prescrita en el número 2) del Artículo 97 del Código Tributario. Los administradores o representantes legales del Beneficiario serán solidariamente responsables de las multas que se establezcan por aplicación de este inciso.

ARTICULO 6º: El Beneficiario que otorgue certificados por donaciones que no cumplan las condiciones establecidas en esta Ley o que destinen el dinero de las donaciones a fines no comprendidos en el proyecto respectivo, deberá pagar al fisco el impuesto equivalente al crédito

utilizado por el donante de buena fe. Los administradores o representantes del Beneficiario serán solidariamente responsables del pago de dicho tributo y de los reajustes, intereses y multas que se determinen, a menos que demuestren haberse opuesto a los actos que dan motivo a esta sanción o que no tuvieron conocimiento de ellos.

ARTICULO 7º: Las donaciones hechas en conformidad con esta Ley no podrán acogerse a lo dispuesto en el artículo 69 de la Ley N° 18.681.

"Artículo 8º.- No obstante lo dispuesto en el número 4) del artículo 4º de esta ley, el Comité podrá aprobar proyectos en que se autorice la presentación de espectáculos y exposiciones, a que se refiere dicho número, cuyo ingreso sea pagado, siempre que, en estos casos, el proyecto considere la presentación de, a lo menos, igual número de veces del mismo espectáculo, con un cobro por ingreso rebajado o gratuito. Para este efecto, el valor de ingreso al espectáculo deberá fijarse deduciendo proporcionalmente del precio aquella parte del costo del espectáculo que se hubiere financiado con donaciones efectuadas al amparo de esta ley, debiendo imputarse el total de las donaciones que financian al proyecto que considere la presentación de estos espectáculos, exclusivamente al costo de aquellos espectáculos con entrada rebajada o gratuita, en la forma que al efecto fijará el Servicio de Impuestos Internos.

Artículo 9º.- El Fisco podrá contribuir al financiamiento de los proyectos a que se refiere el artículo 8º de esta ley, que se ejecuten en regiones distintas de la Región Metropolitana de Santiago, por instituciones que tengan la sede de sus actividades en dichas regiones.

Los recursos que para estos efectos contemple la Ley de Presupuestos del Sector Público se dividirán en doce fondos regionales, en proporción al territorio y población en partes iguales, de cada una de dichas regiones, respecto de la suma del territorio y la población de todas ellas. El cincuenta por ciento de los recursos de cada uno de estos fondos regionales, se distribuirá y entregará al término del primer semestre de cada año y el monto restante, al finalizar el segundo semestre.

La distribución de los recursos de cada fondo regional, entre los beneficiarios del artículo 8º, se hará en proporción al monto de la donación hecha efectiva a cada proyecto cultural respecto del total de las donaciones que se hayan concretado en el semestre de que se trate. El aporte fiscal que por este concepto se otorgue, será equivalente al 15% del monto de la donación respectiva o al porcentaje que resulte de acuerdo a los recursos de que disponga dicho fondo.

Estos recursos sólo podrán ser utilizados dentro del plazo de un año, contado desde que sean entregados al beneficiario, y en actividades culturales que se ejecuten en las regiones a que se refiere el inciso primero.

Mediante decreto del Ministerio de Educación, visado por el Ministerio de Hacienda, se establecerá la forma en que el aporte de recursos habrá de entregarse, así como los compromisos y garantías de los beneficiarios con el Fisco. La identificación de los beneficiarios del aporte corresponderá al Comité a que se refiere el número 1) del artículo 4º de esta ley."

Artículo 2º.- Agregase el siguiente N° 7 al artículo 18 de la ley N° 16.271:

"7. Las asignaciones hereditarias que cedan en favor de alguna de las entidades consideradas beneficiarias, para los efectos de la Ley de Donaciones con Fines Culturales, contenida en el artículo 8º de la ley N° 18.985, sea que ellas consistan en una cantidad de dinero, que se paguen de una sola vez o en forma periódica, o bien en especies."

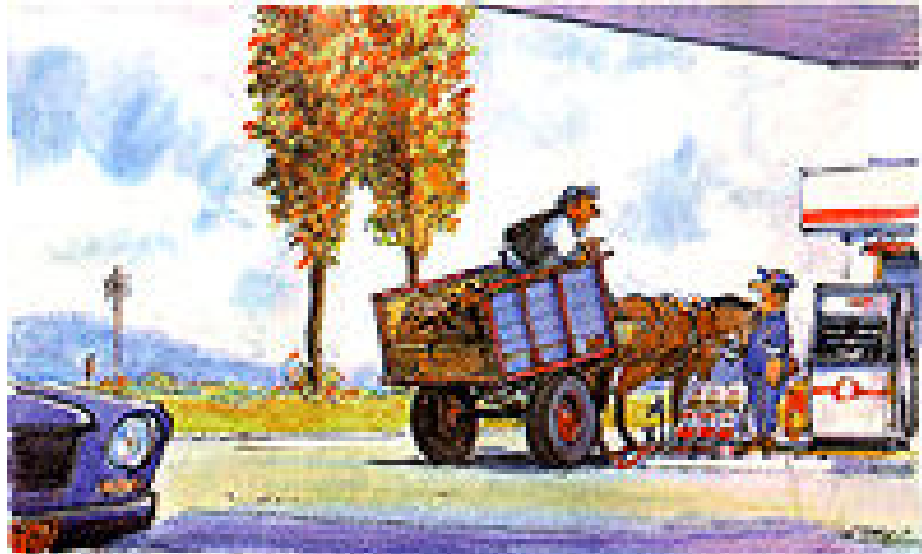
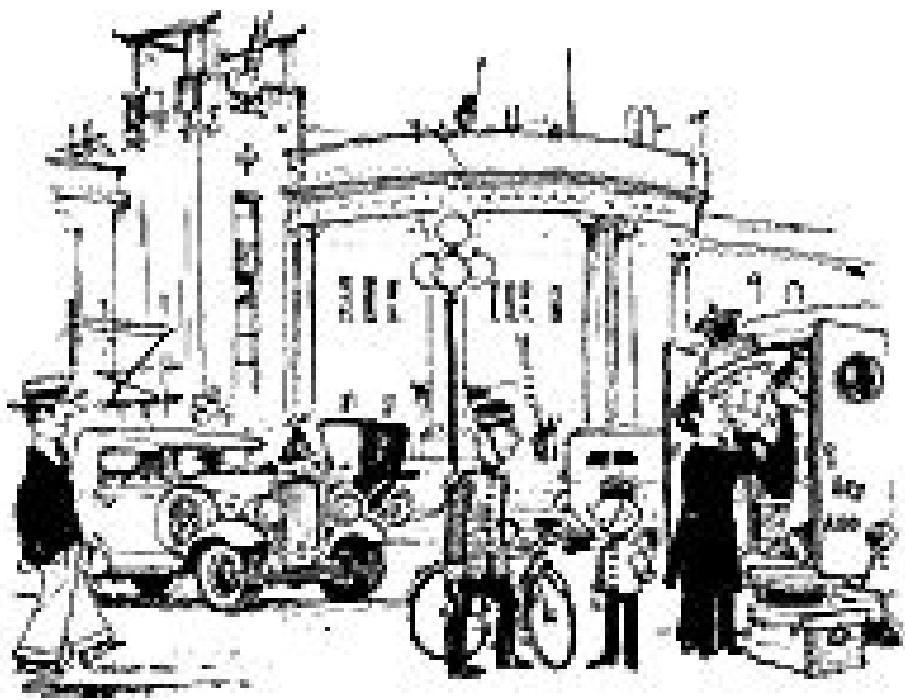
Artículo 3º.- En el artículo 31 de la Ley sobre Impuesto a la Renta, contenida en el artículo 1º del decreto ley N° 824, de 1974, intercálase después del número 6º, el siguiente número 6º bis, nuevo:

"6º bis.- Las becas de estudio que se paguen a los hijos de los trabajadores de la empresa, siempre que ellas sean otorgadas con relación a las cargas de familia u otras normas de carácter general y uniforme aplicables a todos los trabajadores de la empresa. En todo caso, el monto de la beca por cada hijo, no podrá ser superior en el ejercicio hasta la cantidad equivalente a una y media unidad tributaria anual, salvo que el beneficio corresponda a una beca para estudiar en un establecimiento de educación superior y se pacte en un contrato o convenio colectivo de trabajo, caso en el cual este límite será de hasta un monto equivalente a cinco y media unidades tributarias anuales."

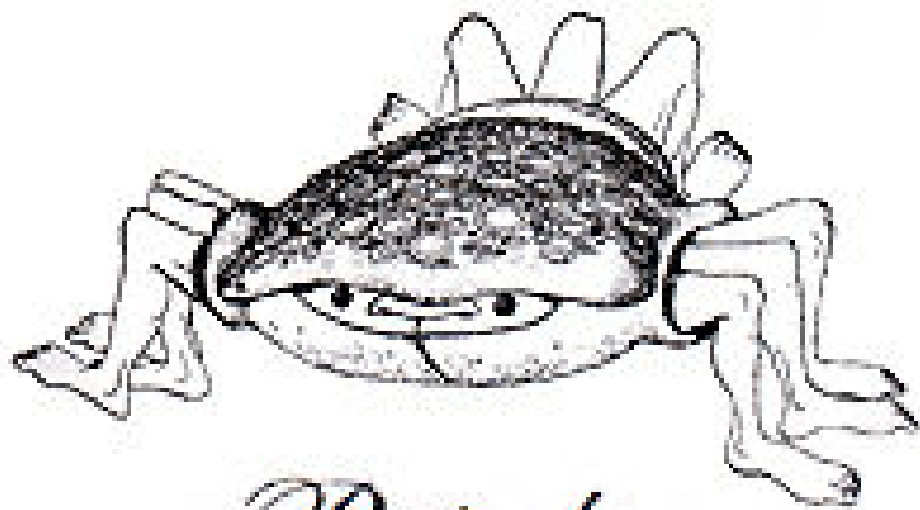
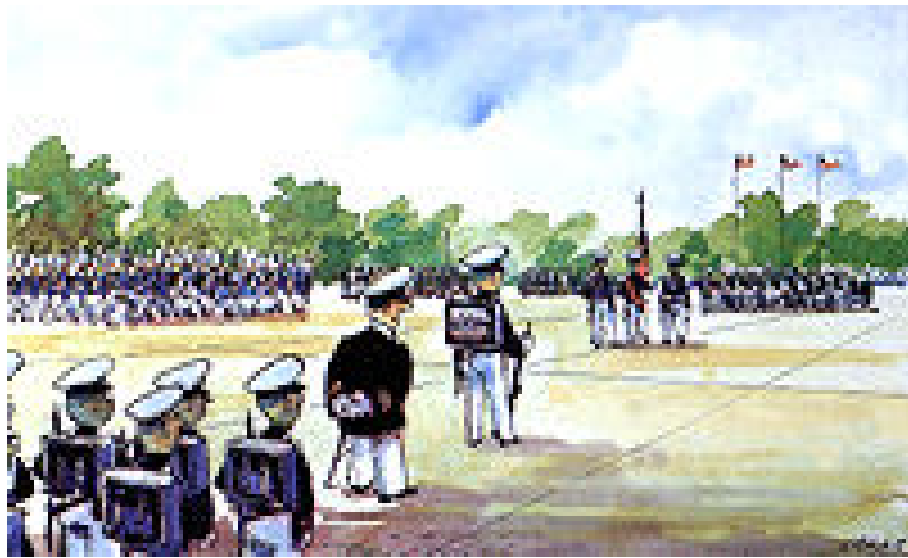
Artículo transitorio.- Lo dispuesto en el artículo 3º regirá desde el 1 de enero del año 2000, por los gastos relativos a las becas de estudio que se paguen o adeuden a partir de dicha fecha."

Anéxo Nº 1: Obras de Lukas





... A 1938. 1938. ...



Patudo

PATAGONICUS PATAGONICUS

