



Diseño de una estrategia de promoción para el museo ruso: filial virtual

Beatriz Tarré Alonso¹

1 Centro de Información “Antonio Rodríguez Morey” Museo Nacional de Bellas Artes, betty@bellasartes.co.cu

RESUMEN

El Museo Ruso: Filial Virtual se desarrolla como un producto interregional e internacional en aras de dar a conocer las mayores colecciones de arte ruso, su historia de creación, vida contemporánea, así como de convertirlas en públicas y accesibles para el disfrute de todas las comunidades. Las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías permiten llevar a cabo este proyecto cultural, basado en los vínculos institucionales de diversas procedencias. Resulta trascendental a su vez, el apoyo de los directivos, de la Embajada Rusa en Cuba y de todos los participantes del proyecto para hacerlo viable. No obstante, la disposición de los recursos humanos implicados en este proceso contribuye notablemente a su sostenibilidad, debido a que reunir esfuerzos y el trabajo en equipo es un aspecto de suma importancia en este tipo de proyectos socio-culturales, así como la correcta y continua planificación, organización, ejecución y evaluación del mismo.

Palabras clave: museo virtual ruso, proyecto cultural, centro de información “antonio rodríguez morey”, museo nacional de bellas artes.

Design of a promotion strategy for the virtual Russian museum

ABSTRACT

The Virtual Russian Museum is developed as an international product, with the propose to exhibit the biggest russian art collections, the history of his creation, contemporary life, and also convert it them into public and accesible to the enjoy of all comunites. The possibilities that offer the new tecnologies, allow the development of this cultural project which is based in the institutional links of many provenances. Besides, the support of managers, Russian Embassy in Cuba and all the partipants of this project make it viable. Also, the dispossition of the human resources involved in it, contibute to its sostenability, due to the assemble strivings and group work, which are important aspects in this kind of socio-cultural projects, and so the correct planification, organization, execution and evaluation of it.



Diseño de una estrategia de promoción para el museo ruso: filial virtual

Revista Publicando, 5. 14 (3). 2018, 284-298. ISSN 1390-9304

Keywords: virtual russian museum, cultural project, center of information “antonio rodríguez morey”, national fine arts museum.



1. INTRODUCCIÓN

De modo introductorio se presenta un resumen del Museo Ruso y de sus distintos palacios. Posteriormente se ofrece una explicación sobre las filiales virtuales del mismo y particularmente de la existente en el Museo Nacional de Bellas Artes de La Habana.

HISTORIA DEL MUSEO RUSO

El Museo Estatal Ruso situado en San Petersburgo es el depósito de colecciones de las Bellas Artes Nacionales más grande del mundo.

Un total de 400 000 obras de pintura y plástica, dibujo, porcelana y trajes nacionales representan la riqueza de la escuela artística rusa.

Tras reunir colecciones de arte durante más de 100 años, el museo ruso sobrepasó las fronteras de su edificio principal, el Palacio Mijáilovski y se estableció en varios palacios de San Petersburgo, así se empezó a concebir al museo como testigo y participante de la vida de la ciudad, pues el objeto arquitectónico más antiguo del Museo Ruso, la Casa de Pedro I es actualmente monumento único de San Petersburgo.

El Museo Ruso se instauró, así como propietario, conservador y restaurador de palacios que fueron creados durante el inmenso período concebido entre el Barroco del emperador Pedro I y el estilo Imperio del arquitecto italiano Carlo Rossi.

Todos y cada uno de sus edificios es reflejo de las etapas de desarrollo de arquitectura de la ciudad.

A finales del siglo XIX ya existía la idea de crear y abrir en la capital un museo especial que reflejara el estado artístico y cultural de Rusia. Así la condición artística imperial del futuro museo fue inicialmente determinada por los emperadores Alejandro III y Nicolás II, padre e hijo respectivamente.

En el Palacio Mijáilovski se instaló el museo ruso, del emperador Alejandro III, fundado tras la declaración del Decreto de Nicolás II del 13 de abril de 1895. Su diseño fue realizado por los mejores escultores y pintores del siglo XIX: N. Pimenov, V. Demut-Malinovskii, P. Scotti, C. Vigui, V. Medici y el arquitecto Carlo Rossi de 1819 a 1825. Fue reconstruido especialmente para albergar exposiciones que representan todos los períodos de arte ruso, sus géneros, tendencias y escuelas principales. De sus interiores tan solo se ha conservado sin cambios la Sala Blanca, creada según dibujos de C. Rossi. Esta sala incluye pinturas murales,



muebles, chimeneas y lámparas. Actualmente, es muestra de la exposición del siglo XVIII al XIX.

Iconos rusos medievales, retratos de los tiempos de Pedro I, Galería de retratos del siglo XVIII, cuadros de maestros de la Academia de Arte de San Petersburgo forman parte de las colecciones del Museo Ruso, las cuales se han dispersado por los mayores palacios de la ciudad.

De 1914 a 1919 los arquitectos L. Benois y S. Ovsyanikov construyeron un Pabellón de muestras de la Academia de las Bellas Artes. Fue nombrado por el apellido del arquitecto, el Bloque Benois. Según la tradición, en él se atesoran las muestras más importantes de los fondos del Museo Ruso, de otras colecciones y muestras personales de obras de pintores modernos. La exposición permanente se compone del arte pictórico de fines del siglo XIX y principios del XX.

El conjunto del Museo Ruso incluye, además, la residencia del emperador Pedro I, conocida también como el Castillo Mijáilovski, Castillo de los Ingenieros o Castillo de San Miguel. Recibió su nombre en honor de San Miguel, el patrón celeste de la Casa de los Romanov. Es una antigua residencia real en el centro histórico de San Petersburgo, Rusia. Fue construido por los arquitectos Vincenzo Brenna y Vasili Bazhénov entre 1797 y 1801 para convertirlo en la residencia del emperador Pablo I de Rusia. Su estilo es una fusión del clasicismo francés, el renacimiento italiano y el estilo gótico. En las salas del castillo están organizadas las exposiciones permanentes “Pintores extranjeros en Rusia de los siglos XVIII-XIX”, “Temas antiguos en el arte ruso”, “La época de Renacimiento en la obra creativa de los pintores rusos”, “La historia del castillo y sus dueños”.

Por otro lado, en el Castillo se realizó uno de los más valientes proyectos en Rusia, la creación de la Fundación Abierta de Restauración de Escultura. Cerca de 400 esculturas de piedra, madera, metal, cerámica e incluso en papel han respirado con alivio y resucitado al establecerse en las salas especialmente acondicionadas. Bosquejos y proyectos de monumentos, croquis estructurales que casi nunca habían salido del fondo de reserva ahora han aparecido con toda la plenitud de sus cualidades plásticas. Aspectos como la iluminación especial y la colocación libre de la plástica han creado las condiciones necesarias para el diálogo entre los espectadores y el objeto artístico expuesto.



El Palacio de Mármol, diseñado entre 1768 y 1785 por el arquitecto italiano Antonio Rinaldi es otra de las instalaciones del Museo Ruso y constituye un ejemplo excepcional de la arquitectura de la segunda mitad del siglo XVIII. Obtiene su nombre gracias al empleo vasto de los 30 diferentes tipos de mármol en la decoración de las fachadas y salas de gala. El único de sus interiores que ha conservado todas las particularidades de la decoración original de piedras es la Sala de Mármol.

En el Palacio se ubican dos exposiciones permanentes: “El Museo Ludwig en el Museo Ruso”, que representa las corrientes principales del arte europeo y ruso de la segunda mitad del siglo XX y “La colección de los hermanos sanpetersburguenses Rzhevskii”. La base de la colección esta presentada por las obras de pintores rusos y extranjeros como: Pablo Picasso, A. Warhol, I. Kabakov, V. Yankilevsky, entre otros. En las salas del Palacio regularmente se celebran las exposiciones del arte moderno dentro del programa “Arte ruso en el contexto del arte mundial”.

La restauración científica del Museo Ruso durante las últimas dos décadas ha permitido recuperar la gran Sala Blanca y el Jardín de Invierno.

El Palacio alberga obras de arte de artistas rusos, creadas después de la 2da Guerra Mundial, que representan corrientes alternativas, obras de arte pop, hiperrealismo, neoexpresionismo, arte conceptual, modernismo y postmodernismo.

El Palacio Stróganov y el Palacio de Invierno, construidos ambos en estilo barroco son obras del famoso arquitecto Francesco Bartolomeo Rastrelli. En el Palacio Stróganov, construido de 1753-1756 se encuentra el único interior original de Rastrelli en San Petersburgo, el gran Salón de Baile. Su Salón Árabe está decorado con pintorescos lienzos, copias de obras de aprendices de Rafael, cuyos originales se encuentran en las logias del Vaticano. Por otro lado, el Palacio de Invierno fue entre 1732 a 1917 la residencia oficial de los zares de Rusia. Fue diseñado en una escala monumental, cuyo objetivo era ser el reflejo de la grandeza y el poder de la Rusia Imperial.

El Palacio de Verano, ubicado en el Jardín de Verano, refleja el estilo de la vida de Pedro I, así como sus gustos artísticos. Es uno de los edificios palaciegos más antiguos de San Petersburgo. Constituido por dos plantas y pequeñas dimensiones, según el proyecto del arquitecto Domenico Trezzini entre 1710 y 1712. En la primera planta vivía Pedro el Grande y la segunda fue aposento de Catalina I. En 1713-1714 el eminente arquitecto alemán



Diseño de una estrategia de promoción para el museo ruso: filial virtual

Revista Publicando, 5. 14 (3). 2018, 284-298. ISSN 1390-9304

Andreas Schlüter encabezó los trabajos de reconstrucción del palacio. Estuvo techado con tejas que posteriormente fueron sustituidas con planchas de hierro blanco. En él se encuentran los objetos personales de uso cotidiano de Pedro I y Catalina I, así como la pintura, el mobiliario, los tapices, objetos de cristal, porcelana de la época.

La Casita de Pedro I constituye uno de los edificios más antiguos de la ciudad de San Petersburgo. Fue construida en tres días en 1703. En 1723, la casa fue cubierta con una galería sobre pilares. La protección actual fue diseñada por el arquitecto R. Kuzmín en 1844. La exposición se compone de objetos personales de Pedro I y de materiales que relatan sobre acontecimientos de la Guerra del Norte y de la fundación de San Petersburgo.

El conjunto del Museo Ruso incluye asimismo las denominadas áreas verdes, el Jardín Mijáilovski y el Jardín de Verano. Ejemplos sobresalientes del concepto de unidad arquitectónica de edificio y paisaje, el Palacio y el Jardín Mijáilovski, atienden en su conjunto a la idea del gran arquitecto Carlo Rossi.

Por su parte, el Jardín Mijáilovski es uno de los pocos ejemplos del paisajismo del siglo XIX. Fue creado por los arquitectos J. B. Le Blond, F. B. Rastrelli, A. Menelas y C. Rossi. Es una combinación única de dos estilos diferentes del arte de paisaje en un territorio, el parque regular francés y el paisaje natural inglés.

El Jardín de Verano es el primer ejemplo del arte del paisaje de San Petersburgo. Fue creado por deseo de Pedro I en 1704, y a pesar de haber cambiado su aspecto durante tres siglos, siempre ha sido un lugar emblemático de la Capital Norteña. En su desarrollo participaron maestros de jardinería famosos como D. Trezzini, A. Schlüter, M. Zemtsov, F. B. Rastrelli. De una verdadera decoración del jardín sirve la colección de esculturas de parques hechas por maestros italianos de los siglos XVII-XVIII. En el siglo XIX en el jardín fueron construidos los pabellones “Casita de café”, por C. Rossi y “Casita de té” por L. Charlemagn. El Museo es testigo y participante de la vida cultural de San Petersburgo y Rusia.

FILIALES VIRTUALES DEL MUSEO RUSO

Afirma Novikova (2015) que, Cuba se convirtió en el primer país latinoamericano con una filial virtual del Museo Ruso de San Petersburgo. La ceremonia de la inauguración tuvo lugar en el Museo Nacional de Bellas Artes de Cuba y contó con la presencia del ministro de cultura del país, el director del Museo ruso, Vladímir Gúsev, los diplomáticos y funcionarios rusos.



Diseño de una estrategia de promoción para el museo ruso: filial virtual

Revista Publicando, 5. 14 (3). 2018, 284-298. ISSN 1390-9304

El Museo de San Petersburgo, que dispone de la colección de arte ruso más importante del mundo, desde marzo de 2015 cuenta con su primera sede en el extranjero que se ha situado en Málaga. Además, el centro cultural tiene 166 filiales virtuales tanto en Rusia como fuera del país.

Según Vladimir Gúsev, estas últimas “no pretenden convertirse en un sustituto del museo real, son proyectos virtuales que se hacen posibles gracias a nuevas tecnologías que permiten recorrer el museo desde cualquier parte del mundo”.

La filial virtual cuenta con programas educativos para todas las edades y categorías de visitantes. “La mediateca tiene 400 programas virtuales y uno puede pasar meses delante de una pantalla, viajando por la cultura y la historia rusas”, señala Gúsev. Entre otras cosas, permite organizar conferencias, exposiciones y reconstrucciones virtuales de edificios que ya no existen.

La filial en La Habana “no se convertirá en la No.167, sino será la primera filial virtual en América Latina”, subraya el director del museo. El proyecto va más allá de la cooperación virtual: San Petersburgo y La Habana, ya han acordado abrir una sede física del Museo Ruso. La parte cubana ha cedido el edificio del Ministerio de Finanzas y Precios, sin embargo, la futura sede requiere reconstrucción e inversiones.

“Este proyecto permitirá aumentar el intercambio cultural, el conocimiento y el respeto mutuo. La cultura fortalece la amistad que se ha forjado durante 55 años”, destacó el ministro cubano.

La apertura de la filial virtual del Museo Ruso, el 5 de mayo de 2015, marcó la celebración del 55 aniversario del restablecimiento de relaciones diplomáticas entre Cuba y Rusia, y el 70 aniversario del final de la Segunda Guerra Mundial que se festejó en La Habana.

PROBLEMA

Escaso empleo de los servicios del Museo Ruso: Filial Virtual debido a la carencia de una estrategia de promoción del mismo.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar una estrategia de promoción para el Museo Ruso: Filial Virtual.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Realizar convenios de colaboración con la Sala Rusa de la Biblioteca Nacional “José Martí”, la Facultad de Lenguas Extranjeras, la Facultad de Comunicación y la Facultad de Artes y Letras de la Universidad de La Habana.
2. Programar visitas de escuelas de técnico medio en Bibliotecología y de las escuelas primarias del proyecto “Sentir el Arte” al museo virtual ruso.
3. Establecer en los planes de trabajo de los estudiantes adiestrados de la Facultad de Comunicación en el período de práctica laboral interdisciplinaria, el trabajo con el museo virtual ruso.
4. Circular a través del boletín “Ventana Abierta” del MNBA un documento sobre las concesiones y actualizaciones del museo virtual ruso.
5. Promover a través de los medios de comunicación, las redes sociales y la página web del MNBA la existencia del museo virtual ruso.

TIEMPO DE DURACIÓN

Se estima que el tiempo de duración del proyecto sea permanente, de modo que el cronograma y plan de acción se deben ir modificando.

ANTECEDENTES DEL PROYECTO: El Museo Virtual Ruso tiene sus bases en el propio Museo Estatal Ruso. La filial virtual es el resultado de un proyecto innovador, interregional e internacional, una encarnación de la idea de aceptabilidad de la colección más grande del arte nacional ruso. A través del amplio uso de las nuevas tecnologías informáticas se comenzó a realizar, por medio de la creación de centros de educación e información basados en las instituciones culturales y educativas, tanto en Rusia como en otros países.

ÁMBITO DE REALIZACIÓN: El proyecto se llevará a cabo en el Centro de Información “Antonio Rodríguez Morey”, que es un ámbito público, ubicado en el Edificio de Arte Cubano del Museo Nacional de Bellas Artes, y se realizará de manera permanente.

BENEFICIARIOS: El público que acuda al museo interesado en el arte ruso.



Diseño de una estrategia de promoción para el museo ruso: filial virtual

Revista Publicando, 5. 14 (3). 2018, 284-298. ISSN 1390-9304

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO: El Museo Ruso ofrece una gran oportunidad, ya que cuenta con la colección más grande en el mundo de las obras de arte pictórico nacional ruso creadas a lo largo de mil años. Por medio de las nuevas tecnologías, los tesoros acumulados en el museo, así como los resultados de investigaciones científicas en el ámbito de historia del arte resultan accesibles a cada visitante de los centros de educación e información donde se encuentra el “Museo Ruso: filial virtual”. Este proyecto busca además ayudar a cumplir los objetivos de dicha filial virtual, que son: familiarizar a los ciudadanos de Rusia y el resto de los países con los valores de la cultura rusa y de este modo, crear un recinto cultural e informativo unido. Con su implementación, se logra también consumir tareas instauradas por la filial virtual, tales como: la realización de programas culturales y educativos, así como los proyectos socioculturales del museo.

SUSTENTABILIDAD: Para garantizar la sustentabilidad del proyecto Museo Ruso: filial virtual, existe una dependencia directa de la posibilidad de que la Embajada Rusa en Cuba sustituya aquella infraestructura que se deteriore.

VIABILIDAD: Se considera un proyecto viable, ya que se cuenta con los recursos humanos necesarios para llevar a cabo este proyecto. Sin embargo, en cuanto a recursos financieros se depende del apoyo de la Embajada Rusa, principal representante de este proyecto en Cuba.

RELACIÓN CON OTROS PROYECTOS, ORGANIZACIONES O ACTORES SOCIALES: El Museo Ruso: filial virtual se relaciona con otros proyectos, tales como: “Sentir el Arte” de estudiantes de primaria y con instituciones como: la facultad de Lenguas Extranjeras, la facultad de Comunicación y la facultad de Artes y Letras de la Universidad de La Habana, así como también con la Sala Rusa de la Biblioteca Nacional, las escuelas de Técnicos Medios de Bibliotecología, la Academia de Artes San Alejandro y la Universidad de las Artes.

ESTIMACIÓN DE RIESGOS: Se corre el riesgo de que las personas no acudan a ver el museo virtual ruso, por lo que se necesita llevar a cabo los procesos del ciclo de vida de la



Diseño de una estrategia de promoción para el museo ruso: filial virtual

Revista Publicando, 5. 14 (3). 2018, 284-298. ISSN 1390-9304

gestión cultural y de proyectos socio-culturales, dígase: diagnosticar (identificar), planificar, organizar, ejecutar y evaluar las necesidades culturales y potencialidades emergentes, así como también la calidad de los resultados en términos de eficacia, eficiencia y efectividad. Además, se lidiará con el fenómeno de la obsolescencia tecnológica, por tanto, se debe divulgar a tiempo este proyecto, cumpliendo las etapas de la promoción cultural, o sea, investigación, identificación, sistematización y comunicación del proyecto.

PRESUPUESTO: En cuanto a los recursos materiales y financieros, no se cuenta con un presupuesto destinado a la sustentabilidad del Museo Ruso: Filial Virtual, debido a que existe una dependencia directa del apoyo de la Embajada Rusa, principal representante de este proyecto en Cuba. No obstante, los recursos humanos que llevarán a cabo el proyecto, luego de una capacitación previa, podrán poner en marcha de manera satisfactoria la implementación del mismo.

RESUMEN DEL DIAGNÓSTICO SOCIOCULTURAL

“El Museo Ruso: filial virtual” enfoca la actividad de los centros y une a todos los participantes del proyecto en un espacio informativo unido. Además de presentar funciones representativas y comunicativas, proporciona, en términos breves, la información sobre los acontecimientos en la vida del Museo Ruso y sus filiales virtuales, compartir la experiencia de trabajo, acceder a nuevas aplicaciones multimedia, “visitar” virtualmente exhibiciones en el Museo Ruso, estudiar el arte ruso por medio de libros electrónicos, navegar por las ciudades participantes del proyecto, a través de sus filiales virtuales, entre otras bondades que permitirá a todas las personas interesadas, relacionarse y conocer un poco más sobre el arte ruso.

MATRIZ DAFO DEL MUSEO VIRTUAL RUSO

Debilidades:

1. Los idiomas predominantes de la multimedia son el ruso y posteriormente el inglés, lo cual constituye una barrera idiomática significativa.
2. Alfabetización del personal para poder brindar servicios del museo virtual ruso.



3. Escasa documentación física (libros, catálogos y plegables) sobre las distintas sedes del museo ruso.
4. Ausencia de manuales de instrucción, uso y capacitación del personal.

Amenazas:

1. Horarios poco accesibles para los públicos interesados, pues la mayoría de las escuelas y facultades generalmente no habilitan un espacio para visitar instituciones como los museos.
2. Necesidad de previa coordinación para las visitas de estudiantes.
3. Dependencia directa de la Embajada Rusa y a su vez del Museo Estatal Ruso en cuanto al presupuesto para reparaciones o sustitución de la infraestructura tecnológica perteneciente al museo virtual, en caso de existir algún problema.

Fortalezas:

1. Es un producto/servicio único en el país.
2. Uso de las TICs.
3. Se pone a disposición de cada visitante.
4. Constituye un recinto cultural e informativo que ofrece resultados de investigaciones científicas, así como visitas virtuales para conocer las mayores colecciones del arte ruso.

Oportunidades:

1. Atracción de diferentes tipos de públicos/usuarios.
2. Aprovechamiento de las potencialidades de los estudiantes de idioma ruso de la Facultad de Lenguas Extranjeras de la Universidad de La Habana.
3. Presentación del proyecto en diferentes tipos de espacios, tales como eventos, talleres y forums.
4. Divulgación en los medios masivos de comunicación de la existencia y posibilidades que brinda el museo virtual.

Estrategias trazadas:



1. Aprovechar las potencialidades de los estudiantes de idioma ruso de la Facultad de Lenguas Extranjeras de la Universidad de La Habana, para lograr traducir toda la documentación incluida en la multimedia del museo virtual ruso.
2. Coordinar las visitas de estudiantes en momentos extraclases, de modo que se fomente en ellos la asistencia a recintos culturales tan importantes como los museos y sean de utilidad para que conozcan a través del proyecto resultados de investigaciones científicas, así como las mayores colecciones del arte ruso.
3. Presentación en eventos, talleres y forums del Museo Ruso: Filial Virtual, para atraer diferentes tipos de públicos y dar a conocer así las potencialidades de este novedoso producto puesto a disposición de cada visitante.

2. MÉTODOS

El análisis documental fue el método usado para la recopilación bibliográfica de las principales categorías conceptuales centrales que sustentan el estudio. Además, se planteó un sistema de evaluación y un plan de acción para llevar a cabo el proyecto.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Con el objetivo de evaluar la calidad de la implementación del Museo Ruso: Filial Virtual, se convocarán de manera bimensual en el propio Centro de Información “Antonio Rodríguez Morey”, seminarios educativos para los empleados de centros de educación e información, donde los participantes compartirán sus experiencias de trabajo, crearán nuevos conocimientos con programas elaborados por el Museo y se discutirán los mismos. De modo que la evaluación, se efectuará por parte de los especialistas del propio Centro de Información del MNBA, a través del estudio de criterios, cantidad de usuarios que utilicen los servicios y de consultas realizadas, hecho que a su vez conlleve a una retroalimentación activa que favorezca al proyecto.

PLAN DE ACCIÓN



Diseño de una estrategia de promoción para el museo ruso: filial virtual

Revista Publicando, 5. 14 (3). 2018, 284-298. ISSN 1390-9304

Actividades	Participantes	Responsables	Fecha	Lugar	Hora	Observaciones
Firma de convenios de colaboración	Sala Rusa de la Biblioteca Nacional “José Martí”, la Facultad de Lenguas Extranjeras y la Facultad de Artes y Letras de la Universidad de La Habana	Especialistas del Centro de Información “Antonio Rodríguez Morey” del MNBA	30 de noviembre de 2016	Centro de Información “Antonio Rodríguez Morey” del MNBA	2:00 p.m.	El museo virtual ruso ofertará un espacio para prestar servicios educativos de idioma ruso, por parte de profesores de este idioma
Visitas programadas	Escuelas de técnico medio en Bibliotecología y escuela primaria del proyecto “Sentir el Arte”	Especialistas del Centro de Información “Antonio Rodríguez Morey” del MNBA	1ro de diciembre de 2016	Centro de Información “Antonio Rodríguez Morey” del MNBA	3:00 p.m.	Se brindará un recorrido por el museo virtual ruso, identificando sus principales funciones
Discusión del trabajo final de la práctica laboral interdisciplinaria	Estudiantes adiestrados de la Facultad de Comunicación	Especialistas del Centro de Información “Antonio Rodríguez Morey” del MNBA	12 de diciembre de 2016	Centro de Información “Antonio Rodríguez Morey” del MNBA	10:00 a.m.	Podrán participar igualmente profesores de la Facultad de Comunicación, interesados en colaborar con el proyecto
Circulación mensual a través del boletín “Ventana Abierta” del MNBA un documento sobre las concesiones y actualizaciones del museo virtual ruso	Lista de contactos del boletín “Ventana Abierta”	Especialistas del Centro de Información “Antonio Rodríguez Morey”, del Departamento de Relaciones Públicas e Informática del MNBA	20 de diciembre de 2016	La Web	9:00 a.m.	Los especialistas del MNBA estarán atentos a dudas y comentarios del público que reciba el boletín y que muestren interés por el museo virtual ruso



Diseño de una estrategia de promoción para el museo ruso: filial virtual

Revista Publicando, 5. 14 (3). 2018, 284-298. ISSN 1390-9304

Promoción a través de los medios de comunicación, las redes sociales y la página web del MNBA la existencia del museo virtual ruso	Público televisivo, radial, en general y usuarios de las redes sociales y de la web	Especialistas del Centro de Información “Antonio Rodríguez Morey”, del Departamento de Relaciones Públicas e Informática del MNBA	23 de diciembre de 2016	La televisión cubana, la radio, la prensa, las redes sociales y la Web	8:00 a.m.	A través de las conferencias de prensa, efectuadas bimensualmente en el MNBA, se mantendrá a al tanto a los periodistas para que divulguen la existencia y nuevas actualizaciones del museo virtual ruso
--	---	---	-------------------------	--	-----------	--

3. RESULTADOS

- Garantizado a los visitantes del centro, el acceso libre a diferentes recursos del arte pictórico ruso, de cultura y gestión de museos.
- Aprovechamiento de los recursos del centro de información para las actividades educativas organizadas por participantes del proyecto.
- Aplicadas las nuevas tecnologías en la formación humanitaria.

4. CONCLUSIONES

1. Con el diseño de esta estrategia de promoción para el Museo Ruso: Filial Virtual se garantiza a todos los públicos interesados, el acceso gratuito a recursos del arte pictórico ruso, así como a su cultura y tradiciones.
2. Con la realización de convenios de colaboración con diferentes instituciones potenciales, tales como: la Sala Rusa de la Biblioteca Nacional “José Martí”, la Facultad de Lenguas Extranjeras, la Facultad de Comunicación y la Facultad de Artes y Letras de la Universidad de La Habana se pueden llegar a aprovechar las opciones que brinda la filial virtual, propiciando así un intercambio recíproco.



3. La programación de las visitas de escuelas de técnico medio en Bibliotecología y de las escuelas primarias del proyecto “Sentir el Arte” al museo virtual ruso garantiza la asistencia de públicos al museo.

4. El establecimiento en los planes de trabajo de los estudiantes adiestrados de la Facultad de Comunicación en el período de práctica laboral interdisciplinaria, del trabajo con el museo virtual ruso, propicia que los conocimientos adquiridos por los estudiantes de la carrera se vean aplicados.

5. La circulación a través del boletín “Ventana Abierta” del MNBA de un documento sobre las concesiones y actualizaciones del museo virtual ruso permite que los trabajadores y visitantes conozcan de la existencia de dicha filial, así como, la promoción a través de los medios de comunicación, las redes sociales y la página web del MNBA.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Carriera, J. (2010). La gestión de proyectos socioculturales. Una aproximación desde sus dimensiones. La Habana: Ediciones Adagio.
2. Gúsev, V. & Petrova, E. (2005). El Museo Ruso. Album-guía. San Petersburgo: Editorial de Artes “P-2”.
3. Martín, A. (2010). Promoción cultural. Una nueva mirada. La Habana: Ediciones Adagio.
4. Martínez, M. (2012). Promoción sociocultural II. La Habana: Editorial Félix Varela.
5. Novikova, E. (2015). El arte ruso se traslada a Cuba. Recuperado el 7 de diciembre de 2016, de http://es.rbth.com/cultura/2015/05/15/el_arte_ruso_se_traslada_a_cuba_49635
6. The Russian Museum in the 21st century. [Material audiovisual]. Rusia: Museo Estatal Ruso.