

## Día de la Cultura Cubana



Con la dolorosa noticia de la partida física de Alicia Alonso, y con la impronta de un proceso inversionista intenso, el Museo no renunció a celebrar este Día de la Cultura Cubana con actividades para que el público visitante comprobara que su decisión de invertir parte de su tiempo de ocio en el Museo, fue excelente. El espíritu perseverante de Alicia se impuso para visualizar que no hay obstáculos cuando el propósito de la obra, de la creación humana es justo y necesario.

El programa de actividades comenzó el viernes 18, con la conferencia “Los productos naturales: de la tradición de la abuela a la ciencia” y actividad colateral de venta. El Dr. Rodolfo Arencibia Figueroa, presidente del Grupo Técnico de Plantas Medicinales, excelente comunicador por demás, encantó al auditorio con novedosas informaciones que vinculan a las plantas con el buen vivir de las sociedades humanas.

A esta magnífica conferencia, siguió el sábado 19, otra, a cargo del Dr. Antonio López Almiral, curador del Museo, que nuevamente propuso un recorrido por la herencia y tradición en las plantas que prefieren sembrar los pobladores del habanero barrio de

Regla en sus jardines.

Para cerrar la jornada, el propio 20 de octubre, quedó inaugurada una muestra de rocas cubanas con preciosa factura a cargo de un grupo de apasionados artistas que convierten las aparentemente insignificantes rocas en piedras preciosas que deleitan la vista y despiertan la admiración.

El Día de la Cultura Cubana también ha encontrado al colectivo del Museo, enfrascado en la realización y montaje de la exhibición “Naturalmente La Habana” de la que anunciamos su apertura a todo el público desde el 17 de noviembre.

A pesar de que la fachada del Museo, está prácticamente cubierta por los andamios y trabajadores en ellos que aceleran sus labores para celebrar la llegada del 500 aniversario de La Habana, el público fidelizado del Museo, sigue apostando por su visita a la institución con la certeza de pasar siempre un buen momento.

Comité Editorial SAVIA



## PROYECCIÓN, GRADO DE IMPLANTACIÓN Y USO DE LAS TIC EN EL MUSEO NACIONAL DE HISTORIA NATURAL DE CUBA

Noslen Olavarrieta Pérez<sup>1</sup>, Darío Marcel Olavarrieta Martínez<sup>2</sup>, Esther Pérez Lorenzo<sup>3</sup>, Yasmin Peraza Diez<sup>4</sup>

1 y 2 Empresa de Telecomunicaciones de Cuba. ETECSA. [noslen.olavarieta@ewtecsa.cu](mailto:noslen.olavarieta@ewtecsa.cu) ; [dariogatecsa.cu](mailto:dariogatecsa.cu)

3 y 4 Museo Nacional de Historia Natural de Cuba. [esther@mnhc.inf.cu](mailto:esther@mnhc.inf.cu) ; [yasmin@mnhc.inf.cu](mailto:yasmin@mnhc.inf.cu)

LOS museos del siglo XXI, con la revolución digital, ven ampliadas sus fronteras y su radio de acción, lo que obliga a repensar la noción de público, físico o virtual, y revisar la metodología y la práctica museológica y museográfica.

Según Bascones y Carreras, 2009, el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ha permitido la evolución de los museos desde un alcance local con las colecciones propias y enfocado a la comunidad hasta lograr un alcance global a través de las redes y la consecuente interacción digital con los internautas (tabla 1)

	Museo Clásico	Museo + TIC
<b>Alcance</b>	Territorio local	Territorio local, global y ciberespacio
<b>Patrimonio</b>	Colecciones, Patrimonio (cultural y natural)	Patrimonio material e inmaterial digital
<b>Desarrollo</b>	Disciplinas científicas y prácticas, enfoque interdisciplinar	Interdisciplinariedad y desarrollo de redes de comunicaciones y conocimientos
<b>Visitantes</b>	Población de la comunidad y visitantes foráneos	Población de la comunidad, visitantes foráneos y comunidad virtual de internautas
<b>Objetivo</b>	Se busca el conocimiento, educación y entretenimiento	Interacción digital presencial y creativa para (1) la participación en la construcción y/o ampliación del conocimiento; (2) el desarrollo de capacidades y valores, y (3) entretenimiento

Tabla 1

Las TIC plantean una también nueva realidad, y han abierto una nueva manera de comunicación entre la institución y el visitante, obligando a los museos a redefinir sus estrategias de comunicación. Pero la realidad es que en lo que se refiere a la incorporación de las nuevas tecnologías, este cambio no es generalizado, y no todos los museos se encuentran en la misma fase de implantación. Por tanto se hace necesario que los museos readapten sus programas tratando de integrar aspectos más innovadores y ello conlleva un ejercicio necesario de diagnóstico previo, que refleje fielmente el estado actual de la implementación de las TIC en dichos museos.

El presente trabajo se centra en el Museo Nacional de Historia Natural de Cuba (MNHC). Ubicado en la Plaza de Armas, calle Obispo 61, esquina a Oficios, Habana Vieja, este museo es una institución científico-cultural perteneciente al Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente. Tiene como misión esencial: “Colectar, investigar, conservar y exhibir objetos naturales para promover el conocimiento científico y cultural de la naturaleza”.

En la actualidad el museo se encuentra inmerso en procesos de rehabilitación constructiva y de ampliación y modernización tecnológica, que incluye la innovación de sus exhibiciones y la actualización de sus servicios basada en el uso de las TIC. Para lograr este objetivo el trabajo se centró en:

- Realizar un estudio conceptual sobre la museografía clásica y el impacto de las TIC en sus modelos de negocio.
- Analizar la tipología de las tecnologías existentes, los problemas de implantación así como evidenciar los retos que conlleva.

- Realizar un diagnóstico para evaluar la integración de las TIC en el Museo Nacional de Historia Natural de Cuba, así como, su reputación digital.
- Realizar propuestas de mejora y soluciones informáticas.

### Los museos y las TIC

En la mayoría de los proyectos que se llevan a cabo para la potenciación y modernización de la misión de los museos, se conjugan diversos intereses, como el perfeccionamiento del manejo y control de los bienes patrimoniales que atesora el Museo en función de la sociedad, la creación de materiales educativos, el control y cuidado de espacios patrimoniales y el logro de una mayor accesibilidad para cualquier tipo de público a los servicios museísticos.

Con la aparición de internet se ha abierto una oportunidad para que, tanto grandes centros culturales como pequeños locales, puedan utilizar la tecnología para proporcionar visibilidad a sus recursos o servicios, por tanto, promocionar su patrimonio.

En este sentido, los museos contemporáneos deben precisar que su misión tenga en cuenta las dos identidades museísticas: la estática en cuanto a la gestión permanente de sus recursos patrimoniales, y la dinámica que cambia constantemente en función de la sociedad, de manera que, por ejemplo, es una exigencia para el museo que combine el carácter educativo (desde la educación no formal) con el entretenimiento (*edutainment*). De ahí que se deben definir un conjunto de estrategias comunicativas que permitan transmitir con éxito el conocimiento a través de la tecnología. Esta finalidad educativa y de entretenimiento



## PROYECCIÓN, GRADO DE IMPLANTACIÓN ...

Forma	Método de transmisión	Sujeto receptor
Simbólica	A través de la palabra o la escritura	Pasivo
Iconica	A través de material visual (cuadros, dibujos, películas)	Pasivo
Activa	A través de objetos, situaciones o personas (conferencias, demostraciones, escenificaciones). Experimentación Interactiva	Pasivo / Activo

Tabla 2

modifica la forma en que se presenta el patrimonio. La literatura describe al menos tres formas de hacerlo (Tabla 2).

En cualquiera de estas modalidades, la utilización de las TIC tiene un impacto positivo porque permite desarrollar interacciones directas (en el centro) e indirectas (a través de la red), que facilitan la indagación/construcción/adquisición de conocimientos, sobre todo de forma icónica y activa.

En la actualidad, la mayoría de los museos ya trabajan arduamente en la mejora de lo que se ha dado en llamar "interactivos". Los interactivos pueden ser objetos (artefactos que recrean fenómenos), conectores (computadoras) y personas (especialistas e investigadores que realizan guías especializadas). En los interactivos, tanto artefacto como conectores, plantean que su diseño debe favorecer la exploración más que la simple presentación de la información, debe ser estimulante para que el visitante, presencial o virtual, participe activamente.

Cuando se habla de recursos virtuales (páginas web, multimedia, aplicaciones móviles) es importante tener en cuenta algunos principios básicos:

- El contenido nunca debe ser exactamente equivalente al contenido del museo real. Debe ser complementario, o sea, solo debe incluir parte de la información del museo, parte de la documentación que, o bien se halla en otros centros, o bien es inaccesible para el visitante (objetos de almacén, en restauración, etc.)
- El objetivo principal del recurso digital es incentivar la visita a la exposición real, por tanto no debe entrar en competencia con sus contenidos, sino ser una muestra atrayente de lo que allá se puede encontrar.
- Los recursos digitales se deben diseñar con el objetivo de preparar al público para la visita (pre-visita), dando información previa que favorezca la contextualización sobre el tema (bibliografía, técnicas, palabras claves, conocimientos básicos).
- El recurso digital debe ser suficientemente interesante para que el visitante, luego de la visita presencial, vuelva a consultar el espacio virtual (post-visita).
- Los recursos deben permitir la organización de diversos

recorridos en función del interés de cada público, ya sea generalista (broadcasting) o especializado (narrowcasting).

- Se deberían poder realizar actividades, experiencias o presentaciones imposibles de realizar con otros medios, como la de objetos a través de la realidad virtual o recorridos virtuales relacionados con la exposición.
- Se deben aplicar conceptos de teoría educacional que se han adaptado para el mundo de los museos las exposiciones en forma jerárquica (secuencial) que permitan indagación, análisis, y deducciones, la utilización de juegos interactivos, o ejercicios de múltiples respuestas y la simulación de entornos en **3 dimensiones**.

Todo lo antes expuesto permite intuir el gran potencial que tienen las TIC en el ámbito de la educación en los museos ya sea con los interactivos, juegos o entornos virtuales que aparecen en distintos, centros o exposiciones, o incluso en internet, con distintas aplicaciones multimedia, para presentar colecciones, temas o conceptos de forma creativa.

De todos los adelantos tecnológicos descritos, es precisamente Internet el que más impacto ha tenido. El desarrollo de este medio de comunicación supone nuevas y múltiples posibilidades en la difusión del patrimonio de los museos.

Internet permite superar las barreras físicas de la institución, elimina el límite de extensión o forma de las exposiciones y permite a los museólogos desplegar su creatividad tan lejos como lo permitan sus conocimientos y la tecnología que se use. Al estar presentes los recursos virtuales a través de la red, no existen las barreras geográficas, por lo que el público puede alcanzar una dimensión global. Esto implica que se debe tener en cuenta el contexto cultural de donde pueden proceder los visitantes virtuales para que todos puedan recibir correctamente el mensaje que se quiere transmitir.

Otro de los grandes aportes que trae internet en el área museológica es la mejora en las relaciones museo-público, gracias a las múltiples vías de comunicación que proporciona, ya sea a través del correo electrónico, la mensajería instantánea (chat) o los foros virtuales, por solo mencionar algunos. Esto favorece un contacto más fluido, que permite conocer mejor las preferencias y divergencias de los visitantes,

## PROYECCIÓN, GRADO DE IMPLANTACIÓN ....

así como, establecer una identidad digital basada en el estado de opinión de los usuarios.

La flexibilidad de internet facilita todo tipo de colaboraciones entre centros de distintos niveles de desarrollo en cuanto a recursos económicos y humanos. Esto permite la colaboración a través de la red para la realización de actividades, servicios o el intercambio de piezas de colecciones o incluso equipos especializados. De esta forma la creación de redes entre museos o de estos con centros de I+D, permite paliar sus limitaciones tecnológicas suponiendo la generación de un nuevo entorno socio-cultural impensable hasta estos tiempos.

Un aspecto importante a tratar es cómo impactan las TIC en el público de los museos. Si hasta el surgimiento de internet los estudios museológicos estaban centrados en el público visitante, ahora muchos estudios comienzan a enfocar la incorporación y aprovechamiento de las tecnologías en función de los visitantes potenciales, virtuales para su conversión en público visitante.

Debido al alto consumo de internet y el globalización de la conectividad, este medio de comunicación se ha convertido en escenario ideal para el desarrollo de políticas de marketing dirigidas a atraer cada vez más público y de mayor diversidad. La correcta aplicación de estas políticas, unido a los estudios estadísticos de los accesos o la encuestas cualitativas virtuales permitirá a los museos conocer mejor a su público y a adaptarse a los constantes cambios que impone la sociedad de la información.

No puede desconocerse que en todo este panorama, la posibilidad real y concreta de acceso a los recursos informáticos (equipamiento, experticia, entre otros), en determinados contextos, representa un obstáculo porque no todos los museos tienen acceso fácil a los mismos, de manera que la creatividad en la búsqueda de soluciones, por ejemplo, proyectos de financiamiento, alianzas, redes, pueden y deben ser un *modus operandi*.

### Diagnóstico de la integración de las TIC en el MNHNC

#### Proceso de Informatización

En el museo se asume la informatización como el proceso que permitirá, un uso masivo y organizado de las TIC, no solamente por parte de su colectivo laboral, sino también por su público externo especialmente los visitantes a sus exhibiciones y los usuarios de sus servicios científico-técnicos.

En lo que respecta al uso de cara a sus exhibiciones, no se pierde de vista un principio museológico que apunta a que la tecnología, no puede significar un obstáculo (por falta de mantenimiento, o sustituciones imprescindibles, o falta de flujo energético) para que el proceso de comunicación cuidadosamente planificado se aborte, todo lo contrario. Por tal razón, además, la preparación de los planes económicos adquiere una especial significación.

El proceso en general está orientado a hacer el uso óptimo de las TIC como herramientas idóneas para una mejor gestión del logro de la misión institucional en toda su plenitud y alcance, simultáneamente a un superior control de los recursos

humanos, materiales y financieros.

Este propósito se encuentra enmarcado en un contexto socio-cultural difícil dado por el proceso inversionista en que se encuentra la institución y que determina condiciones de trabajo no adecuadas para los recursos humanos y tecnológicos, sin embargo, ese mismo contexto representa una oportunidad para sentar sus bases en una rehabilitación constructiva que se proyecte, no solo teniéndolo en cuenta sino priorizándolo.

Para lograr este propósito se presta especial atención a las siguientes áreas de acción:

- Infraestructura, tecnologías y herramientas.
- Formación y capacitación en el uso del equipamiento y explotación máxima de sus potencialidades
- Presencia del MNHNC en las redes de información profesional y general, nacional e internacional.
- Desarrollo y asimilación de tecnologías.
- Informatización de procesos en todas las unidades organizativas, sobre todo, de aquellos enfocados en la prestación de servicios a todos los públicos y a un mejor control de recursos y resultados de trabajo.
- Seguridad integral y sostenibilidad de los procesos informatizados.



#### Análisis de la infraestructura tecnológica del centro. Soluciones en explotación

El MNHNC hace uso de variadas aplicaciones foráneas que responden a demandas de las funciones inmanentes a desarrollar y a las indicadas por el CITMA y el país. Algunas de las más usadas:

- Microsoft Windows, sistema operativo
- Microsoft Office, para la ofimática
- Photoshop
- RODAS, para el proceso contable, financiero, RRHH
- Geforza, gestión de fuerza de trabajo calificada
- Nero, reproducir información en CDs, salvadas de información
- Suit de ADOBE, edición de fotos y documentos
- Aibalan, planificación de inversiones
- Microsoft Windows, sistema operativo
- Microsoft Office, para la ofimática
- Photoshop
- RODAS, para el proceso contable, financiero, RRHH
- Geforza, gestión de fuerza de trabajo calificada
- Nero, reproducir información en CDs, salvadas de información
- Suit de ADOBE, edición de fotos y documentos

## PROYECCIÓN, GRADO DE IMPLANTACIÓN ....

- Aibalan, planificación de inversiones

### Soluciones requeridas

El MNHNC requiere de soluciones informáticas, algunas de ellas ya implementadas en el país, pero no disponibles para la entidad:

1. Sistema informático de Vigilancia e Inteligencia Tecnológica
2. Sistema Informático para la Gestión Documental
3. Sistema de control de Medios Informáticos
4. Sistema informático para el Control de la Producción Científica
5. Sistema informático para el Control de la capacitación
6. Sistema informático para la planificación de actividades
7. Nube privada
8. Repositorio digital

### Procesos de trabajo que deben ser informatizados en correspondencia con la misión del MNHNC

- Digitalización de documentos de valor 1: (1) documentación asociada al Registro, Procesamiento y Catalogación de bienes culturales contenidos en colecciones científicas, fondos de exhibiciones, y fondos documentales, (2) documentos históricos.
- Gestión de bienes culturales (colecciones científicas, fondos de exhibiciones y documentales).
- Flujo de visitantes a las exhibiciones del Museo con caracterización general.
- Estudios de público (caracterizaciones demográficas, etarias, niveles de escolaridad, niveles de satisfacción, evaluaciones de partida, formativas y recapitulativas para la creación de exhibiciones, y programaciones, opiniones de servicios, actividades en las que se participó, visita en general al museo, etc).
- Control de actividades de la programación: realizadas, participantes, temas.
- Control a aplicación de procedimientos.
- Gestión de servicios: visitas dirigidas, matrículas de talleres, cursos, dictámenes, servicios bibliotecarios, entre otros.
- Seguimiento a planes de trabajo, proyectos, planes de acciones de estrategias, control interno, asistencia y puntualidad, entre otros.

### Evaluación del capital humano

El capital humano del MNHNC, dedicado a la informática como medio y fin, es mínimo: un universitario como administrador de redes, y un técnico medio como webmaster y responsable de Seguridad Informática. En el primer caso, en los últimos 5 años no se ha producido movimiento, sin embargo, en el caso del técnico medio, la inestabilidad ha sido alta.

### Representación del museo en las redes

El museo cuenta con un sitio web publicado en la url:<http://www.mnhnc.cu>. El sitio se encuentra en proceso de actualización y se proyecta migrarlo a Wordpress con el fin de

augmentar sus prestaciones, especialmente la interacción con el público virtual.

Además, el museo cuenta con perfiles creados en Facebook y Twitter, cuyo contenido es actualizado por especialistas del área de comunicación.

### **Análisis crítico del estado actual de implantación de la TIC en el MNHNC.**

El museo, a pesar de estar inmerso en un proceso de Informatización presenta un grado bajo de implantación de las TIC. Esto se debe principalmente a que no se usan herramientas informáticas para la ejecución de la mayoría de sus procesos más importantes, incluidos los de cara al público. A continuación se detallan las principales deficiencias que arroja el estudio.

- El equipamiento tecnológico con que cuenta el museo se encuentra en su mayoría obsoleto o presenta problemas de mantenimiento, lo que atenta contra la calidad del trabajo que se lleva a cabo en la institución.
- El sistema RODAS que se usa para el proceso contable, financiero y recursos humanos no se explota al máximo y se necesita mayor preparación del personal que lo utiliza, este último aspecto también se ve reflejado en el caso las herramientas Aibalan para la gestión de las inversiones y Geforza para la fuerza de trabajo. En los tres casos son herramientas de cara al negocio no al público.
- No se están usando en la actualidad, herramientas básicas para los procesos internos y de cara al público como pueden ser: sistemas de gestión documental, medios informáticos, planes de trabajo y gestión de actividades o servicios. Estas herramientas son necesarias para poder lograr una mejor organización del trabajo, mayor control sobre los activos y una centralización de la documentación y el conocimiento que se genera en esta institución.
- Para el caso de los bienes culturales (colecciones científicas, fondos de exhibiciones y documentales) se gestionan a través de la herramienta Excel o Word, lo que dificulta el control sobre los mismos así como su difusión con fines pedagógico-científicos para personal interno y externo a la institución. Este es un aspecto fundamental ya que esas colecciones representan el patrimonio del museo.
- De cara al público, a pesar de que en los últimos años se ha hecho un gran trabajo en la mejora de las exhibiciones usando tecnologías actuales, se debe hacer más hincapié en la utilización de medios audiovisuales, multimedios y aplicaciones móviles para la promoción del patrimonio del museo. Se deberían explorar los proyectos que se llevan a cabo en el país relacionados con las tecnologías holográficas y la realidad virtual.
- Actualmente el museo no cuenta con un sistema para la gestión del flujo de visitantes en tiempo real, por lo



## PROYECCIÓN, GRADO DE IMPLANTACIÓN ....

que se depende totalmente de la información que brinda la caja registradora, que en sí misma, no aporta todos los datos necesarios para poder hacer un estudio detallado del público que visita el museo.

- No existe ningún proyecto relacionado con tecnologías Big Data o Minería de datos para extraer conocimiento útil de toda la información que se guarda en múltiples formatos con respecto a los visitantes y las actividades o servicios que se llevan a cabo en el museo.
- Desde el punto de vista de capital humano, el museo cuenta con escaso personal para asumir tareas de desarrollo informático, dígame la creación de nuevos recursos digitales o la mejora de los ya existente. El no contar con un equipo o departamento que se encargue de estas tareas afecta seriamente las posibilidades de desarrollo tecnológico de la institución.
- En el caso de la web del museo ya se está realizando un trabajo para su actualización tecnológica y estructural, a fin de mejorar la identidad digital del museo de cara al mundo. Es importante destacar el arduo trabajo que realizan los especialistas del área de comunicación a través de las redes Facebook y Twitter en la promoción del museo y todas las actividades que se realizan. En este punto sólo recomendar que dichos especialistas reciban una preparación más detallada de la utilización de estas redes y cómo sacar mejor provecho de todas sus bondades.

### Propuestas de mejoras

1. Compra de equipamiento moderno: computadoras y sus accesorios, impresoras, dispositivos de almacenamiento, escáner, plotter, tabletas, proyectores, etc., así como la adquisición de piezas de repuesto.
2. Capacitación sobre las TIC actuales y futuras para cuadros, personal técnico y usuarios.
3. Capacitación sobre el uso óptimo de las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram. Crear perfil del museo en el caso de esta última.
4. Identificación de los procesos que no están incluidos en las aplicaciones que se están explotando en el museo, para la posterior implementación o adquisición de sistemas informáticos orientados a dichos procesos.
5. Aseguramiento del personal y servicios en función de las acciones de informatización. Incremento de las plazas asignadas a estas funciones.
6. Elaboración de un modelo estándar para el diagnóstico de la implantación de la TIC en los museos y generalizarlos al área de la Habana Vieja en una primera fase.

### Soluciones informáticas

- Sistema de gestión y aplicación móvil para el control del flujo de visitantes, actividades y servicios del museo.
- Aplicación móvil para la generación de encuestas.
- Sistema Automatizado de Gestión de Tareas (SAGET) para el control de la planificación laboral

- Sistema Integral de Gestión (SIGES). Contiene módulos para la gestión documental, proyectos, capacitaciones y perfil científico de los trabajadores, entre otros.
- Nuevo Portal Web del Museo Nacional de Historia Natural de Cuba.
- Sistema de gestión de colecciones científicas, fondos de exhibiciones y documentales.

### Conclusiones

Los resultados muestran que el proceso de informatización en el museo se encuentra en un estadio inicial, con un grado bajo de implantación de las TIC. A través del estudio se identificaron las principales deficiencias que afectan al Museo en cuanto desarrollo tecnológico y preparación del personal, lo que permitió enfocar las mejoras en esa dirección y proponer soluciones informáticas para dar repuesta a algunas de estas problemáticas. Se confirmó que la presencia del museo en las redes sociales es una realidad, aunque se debe trabajar más en perfeccionar la identidad digital del museo y la promoción de su patrimonio.

### BIBLIOGRAFÍA

- Puiggrós, E. (2018) Innovación, turismo y TIC: El caso de los Museos de Barcelona. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. 15 N° 3. Junio 2017 ISSN 1695@7121 620.
- Asensio, M; Pol, E. (2008) "Conversaciones sobre el aprendizaje informal en museos y patrimonio" en <<http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosedita/pasosrep1.pdf>>, consultado el 01/10/2012
- Asensio, M. (2011) *Lazos de luz azul: museos y tecnologías 1,2 y 3.0*. Editorial UOC, Barcelona
- Belloch, C. (2012) "Las tecnologías de la Información y comunicación en el aprendizaje" en <http://www.uv.es/bellochc/ pedagogia/EVA1.pdf> consultado el 17/10/2012
- Marqués, Pere R. Graells (2013) Impacto de las TIC en la educación: funciones y limitaciones. <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2013/01/impacto-de-las-tic.pdf> consultado el 23/05/2019.
- MNHNC, (2019). Documentos internos: Programa de Informatización del MNHNC.



Desde  
el 17 de noviembre...

