



## HERRAMIENTA DE RECUPERACIÓN Y DIFUSIÓN PATRIMONIAL. LOS MUSEOS NAVALES Y MARÍTIMOS DEL ÁMBITO HISPANOHABLANTE\*

*A Tool for the Recovery and Dissemination of Heritage. Naval and  
Maritime Museums in the Spanish-Speaking World*

Fernando DÍAZ PÉREZ  
*fernando.diaz@um.es*

Lorena MARTÍNEZ SOLÍS  
*loremart@um.es*

Celia CHAÍN NAVARRO  
*chain@um.es*

*Cátedra de Historia Naval, Universidad de Murcia. España*

*Fecha de recepción: 12-V-2015  
Fecha de aceptación: 21-X-2015*

**RESUMEN:** Se realiza una búsqueda y estructuración de todos los Museos Navales y Marítimos de España y Latinoamérica con el objetivo de elaborar una herramienta online, disponible a cualquier hora desde cualquier lugar, que congregue información valiosa y esencial acerca de este tipo de instituciones culturales, útil para todos los usuarios en general, y para los investigadores en especial.

*Palabras clave:* museo naval y marítimo; patrimonio naval y marítimo; España; Latinoamérica; difusión de información; web 2.0.

\* Este trabajo es uno de los resultados de los Proyectos I+D+I financiados por la Fundación Séneca Agencia Regional de Ciencia y Tecnología denominados ARGOS II, 11936/PHCS/09, y NAUTICUM, 19496/PI/14.

**ABSTRACT:** This article systematizes the information available for all the Naval and Maritime Museums in Spain and the Spanish-speaking countries of Latin America. The aim is to develop an online tool that will be permanently available from any location and will bring together useful and essential data about this type of cultural institutions, being serviceable for general users and particularly for researchers.

**Keywords:** Navy and Maritime Museums; Naval and Maritime heritage; Spain; Latin America; Dissemination of information; Web 2.0.

**SUMARIO:** 1. Introducción. 2. Estado de la cuestión. 2.1. Naval y Marítimo. 2.2. Herramientas digitales de la web 2.0 para difundir el Patrimonio. 3. Metodología. 3.1. Directorio de museos. 3.2. Localización y selección de la muestra de estudio. 3.3. Estructuración de la muestra de estudio. 3.3.1. Delimitación conceptual de los términos «naval» y «marítimo». 3.3.2. Criterios adoptados para la clasificación. 3.4. Publicación del directorio. 4. Resultados. 4.1. Directorio de Museos Navales y Marítimos del ámbito hispanohablante. 4.2. Instituciones que conservan y gestionan el Patrimonio Naval y Marítimo. 4.2.1. Tipologías de museos. 4.2.2. España. 4.2.3. Latinoamérica. 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas.

## 1. INTRODUCCIÓN

Hasta no hace muchas décadas y por diversos motivos, al rico y extenso Patrimonio Naval y Marítimo que España y Latinoamérica comparten no se le ha prestado toda la atención que merece, hecho bastante llamativo si tenemos en cuenta su indudable valor como fuente para el conocimiento de la cultura de diversas civilizaciones y, por consiguiente, de la Historia.

Si pretendemos que éste sea valorado por la sociedad, los investigadores debemos contribuir a su difusión con el fin de que haya constancia de su existencia. Puede que una forma de hacer que este Patrimonio se conozca sea a través de la creación de una herramienta *online*, disponible para un gran porcentaje de la población en cualquier momento y lugar, que congrege información valiosa y de interés acerca de los Museos Navales y Marítimos del ámbito hispano hablante tal como su localización física y virtual, su página web, sus perfiles en redes sociales y su correo electrónico de contacto, entre otros datos.

Consideramos que este directorio constituiría un elemento provechoso para cualquier usuario que tenga interés por el tema, para que sepa que existen los museos y cómo, cuándo y dónde puede visitarlos o tener acceso a ciertos servicios a distancia, así como para cualquier investigador que desee realizar un estudio de los fondos de estas instituciones culturales. En definitiva, procuramos tender puentes, en este caso digitales a través de la herramienta que se construirá *ex professo*, entre los Museos Navales y Marítimos de España y Latinoamérica y, por extensión el Patrimonio que custodian, y la sociedad.

Teniendo en cuenta lo expuesto hasta el momento, nuestro objetivo será elaborar y publicar un directorio virtual de Museos Navales y Marítimos del ámbito hispanohablante y, aprovechando que se va a realizar una clasificación y estructuración de estas instituciones culturales, analizar y exponer sus tipologías y principales características.

## 2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

### 2.1. Naval y Marítimo

Aunque la búsqueda de bibliografía sobre este tema ha sido bastante exhaustiva, la única definición de «Museo Marítimo» engloba a los Museos Navales. Al primero, lo define como una institución especializada en la exhibición de objetos relacionados con los barcos y la navegación y por el segundo entiende que se centra en las marinas de guerra y el uso militar de la mar<sup>1</sup>.

A raíz de esta situación, comenzamos a adquirir conciencia de por qué los Museos Navales y Marítimos no son lo suficientemente conocidos. Su propia definición aún no existe o no está clara, por lo que vamos a tratar de establecer una base teórica con el fin de entender qué se entiende por los términos «marítimo» y «naval», para proceder finalmente a definir ambas tipologías de museos.

En cuanto a marítimo, las aportaciones más relevantes lo definen como: «Lo perteneciente al mar; o por su naturaleza, como pez, concha; o por su cercanía, como costa, puerto, población; o por su relación política, como poder, comercio» (Fernández, 1831:363). La obra indica, por tanto, que dentro del concepto al que hacemos referencia se incluirían los animales, las costas, los puertos y las poblaciones marítimas, así como el comercio por mar.

El Vicealmirante Wolfgang Wegener (1875-1956), definió la estrategia marítima como: «La Ciencia de la posición geográfica, de su modificación y permanencia respecto a las rutas comerciales» (Solís, 1999:13). Observamos que se establece relación entre lo marítimo y lo comercial.

De una forma más específica, en la obra *Los Grandes Viajes a lo Desconocido* se afirma que: «los fenicios no eran constructores de imperios, sólo les preocupaba el comercio sobre el cual cimentaron su progreso y riqueza, por ello conservaron el monopolio de la comunicación marítima» (Samhaber, 1960). Vemos que este otro autor también relaciona el comercio con el mar en su definición de «marítimo».

En el artículo *El poderío marítimo*, su autor afirma que: «el poderío marítimo es la capacidad de crear, desarrollar, explotar y defender los intereses marítimos de un país,

<sup>1</sup> Wikipedia. *Marítimo* [en línea]. [Consultado: 14/06/14]. Disponible en <<http://goo.gl/iCgf14>>.

tanto en la paz como en tiempos de conflicto. Además, los intereses marítimos son carácter económico y social, mientras que el poder naval tiene una connotación política y estratégica» (Solís, 1998:109). El autor aplica un carácter social y económico al término «marítimo»; por el contrario, el término «naval» tiene una connotación más política y estratégica, debido a su relación con el ejército y la Marina.

La RAE define marítimo como: «perteneciente o relativo al mar» (Real Academia Española).

Por último, Luca Lo Basso, Director del Laboratorio Naval y Marítimo del Departamento de Historia Moderna en la Universidad de Génova, afirma que:

Mentre il termine marittimo si riferisce maggiormente agli aspetti del commercio marittimo, delle attività di pesca, ecc. Ecco perché bisognerebbe usarli entrambi. Dal punto di vista storiografico si può anche dire però che il termine marittimo è più generico e contiene anche gli aspetti navali. Sul fatto che si debba differenziare i due termini ad ogni modo sono d'accordo sia gli studiosi anglosassoni (maritime history e naval history), sia quelli francesi (histoire maritime e histoire navale).

Sin embargo, el término marítimo se refiere principalmente a los aspectos del comercio marítimo, la actividad de la pesca, etc. Desde el punto de vista historiográfico, también se puede decir que el término marítimo es más genérico y contiene también a los aspectos navales. Ambos términos han de ser diferenciados, y el enfoque sería como el de los estudios anglosajones (maritime history y naval history) y como los franceses (histoire maritime e histoire navale). (Luca Lo Basso, 2014. Traducción propia).

Para elaborar una definición del término «naval» se consultaron diversas fuentes que definen este término. A continuación, se exponen las aportaciones más relevantes.

El *Diccionario Marítimo Español* lo define como: «lo que pertenece a las naves y a la navegación» (Fernández, 1831: 378).

De forma más específica, el Almirante Barjot, en su obra *Historia Mundial de la Marina*, expuso que: «La batalla de Pelusio tiene gran relevancia para la guerra en el mar, debido a que representa la primera batalla naval decisiva registrada en la Historia» (Barjot, Savant, 1965:13). Comprobamos que este autor ya relaciona la guerra en el mar con los conceptos «naval» y «batalla».

Haciendo referencia a la «estrategia naval», algunos autores han comentado que: «son los principios que rigen a una guerra en la que el mar es un factor esencial, y las relaciones mutuas del ejército y marina en un plan de guerra» (Corbett, 1988. Traducción propia). Nuevamente se relaciona «guerra» con «marina».

Solís Oyarzún en su artículo *Algunas consideraciones sobre la estrategia marítima*, utilizó diversos términos con relación al concepto «naval», como, por ejemplo: fuerza naval, batalla naval, guerra naval, táctica naval, bombardeo naval, base naval, poder naval, acción naval, operaciones navales, etc. Este autor, sostiene que:

Se prefiere el término «Estrategia Marítima», en vez de Naval, por la mayor amplitud del primero. Asimismo, aún cuanto el papel principal en los conflictos lo juega el Poder Naval el escenario es el marítimo. Además, en las operaciones navales están presentes, como telón de fondo, los Intereses Marítimos y, en particular, las Comunicaciones Marítimas donde participan los buques propios, adversarios y neutrales. Por último, las Fuerzas Navales realizan importantes tareas político-estratégicas en la paz: la disuasión y la presencia naval; la recién mencionada comprende operaciones de crisis, política marítima, ejércitos combinados, reafirmación de la soberanía, etc. (Solís, 1999:13).

Otras fuentes consideran que este término hace referencia a «las naves, la navegación, o relativo a ellas» (Diccionario Náutico).

En la página web de la Armada Bolivariana, encontramos un «glosario de términos navales». En ese caso se define «naval» como: «lo que tiene relación con la Marina» (Armada Bolivariana).

La RAE lo define como: «perteneciente o relativo a las naves y a la navegación» (Real Academia Española).

Finalmente, Luca Lo Basso afirma que:

Il termine navale sta a caratterizzare gli aspetti più strettamente militari, relativi alla storia della guerra sul mare, alla formazione delle marine, ecc.

El término naval se utiliza para hacer referencia a los aspectos estrictamente militares, relativos a la guerra en el mar, a la formación de la Marina, etcétera. (Luca Lo Basso, 2014. Traducción propia).

Es decir, entendemos que el concepto «marítimo» engloba todos los aspectos navales, por lo tanto es un término más genérico que naval.

## **2.2. Herramientas digitales de la web 2.0 para difundir el Patrimonio**

En los últimos años la comunicación científica se está viendo enriquecida por la utilización de nuevos modos de publicación y difusión de resultados nacidos en torno a la Web 2.0. Todos estos medios han proporcionado un gran número de aplicaciones que son aún desconocidas para un amplio segmento de los investigadores, que están

apegados a las prácticas de publicación tradicionales (Torres-Salinas, Delgado, 2009: 534-539).

Por lo tanto, nos encontramos en un momento en el que se plantea la existencia de distintos modelos de comunicación que no son excluyentes en absoluto, sino complementarios. De la forma tradicional de difundir un trabajo científico en medios formales, podemos contemplar que llegará a un público especializado en ese tema y que de su impacto solamente podremos tener constancia a través de la citación (Torres-Salinas, Delgado, 2009:534-539; Aguilera, 2006:173-180).

Estos novedosos modelos de comunicación son ofrecidos en su mayoría por las numerosas vías disponibles en la web social para poder difundir contenidos a través de Internet: Servicios de alojamientos de *blogs* (como *Wordpress*), servicios de *microblogging*, servicios de redes sociales, servicios de alojamiento de presentaciones y repositorios temáticos(Torres-Salinas, Delgado, 2009: 534-539).

Un *blog* es esencialmente una publicación electrónica de periodicidad secuencial de entradas (*posts*) con elementos textuales y multimedia, ordenados generalmente de forma cronológica inversa. Es una especie de diario personal, pero interactivo, pues cualquier persona puede leer y debatir la información que en él se presenta. Los *blogs*, que también pueden ser llamados comúnmente bitácoras (término procedente de la náutica, representa el diario de un barco, el documento donde se registran los acontecimientos e incidentes de una travesía), se han hecho muy populares en la sociedad gracias a la multitud de servicios gratuitos para su funcionamiento (Torres-Salinas, Delgado, 2009: 534-539).

La principal singularidad de éstos es su sencillez, debido a que no son necesarios demasiados conocimientos sobre edición, publicación y mantenimiento de sitios web, se puede escribir todo lo que se quiera para posteriormente publicarlo y dirigirlo a una comunidad de individuos para facilitarles así un espacio de discusión. Es a través de estas herramientas de la Web 2.0 donde la conversación fluye de manera natural gracias a un formato flexible de interacción (Aguilera, 2006: 173-180; Torres-Salinas, Delgado, 2009: 534-539; Franganillo, Catalán, 2005).

En relación a las ventajas de la difusión de resultados mediante esta herramienta, destaca una mayor visibilidad en Internet de los estudios e investigaciones, que no se traduce necesariamente en un mayor impacto científico (medido mediante la citación) pero sí en un aumento directo en la utilización de los materiales. Además, esta aplicación 2.0 proporciona los indicadores necesarios para comprobar el interés despertado por nuestros resultados e incluso conocer por quién, desde dónde y cuándo es consultado el material. Éstos son clasificados en dos grupos: de influencia social, como es el caso del número de comentarios y de visitas (*Google Analytics* puede ser utilizado para monito-

rizar la utilización del blog y sus diferentes entradas); y de reconocimiento, tales como el número de citas recibidas en *Google Scholar* (Torres-Salinas, Delgado, 2009: 534-539).

Con la difusión a través de un *blog* podemos lograr una mayor audiencia potencial y un público más diversificado, como pueden ser los colectivos profesionales, lo que conlleva un aumento de la pluralidad y diversidad de público receptor y, en última instancia, a una mayor cercanía e inmediatez del tema tratado, debido a que la información se mueve muchísimo más libre y velozmente. Las ventajas que brindan estas herramientas hacen que se diversifique la opinión y no sea un solo emisor quien tenga la oportunidad de expresarse (Torres-Salinas, Delgado, 2009:534-539; Aguilera, 2006: 173-180).

En definitiva, si la publicación de contenidos en herramientas de la Web 2.0 donde se produzcan las interacciones sociales de nuestra disciplina crea un espacio en el que diversos contenidos se relacionan mutuamente, generando así un conocimiento nuevo aplicable a la realidad cotidiana de los usuarios (Torres-Salinas, Delgado, 2009: 534-539), entonces el objetivo de estas herramientas se habrá cumplido, pues la información de la que se nutre la Ciencia para generar nuevos estudios ha de tener ante todo un objetivo noble: mejorar la calidad de vida de las personas, de forma directa o indirecta (Franganillo, Catalán, 2005).

### 3. METODOLOGÍA

Primeramente nos limitamos a obtener los nombres de los Museos Navales y Marítimos de España y los países hispanohablantes de Latinoamérica<sup>2</sup>, y tras esta selección llevada a cabo entre los meses de octubre del año 2013 hasta mayo de 2014, se procedió a la búsqueda de las páginas web de los museos con el fin de obtener datos de diversa índole relacionados con éstos.

Una vez completado el directorio de instituciones culturales, se procedió a la inclusión de la información ya obtenida en un documento de *Microsoft Office Word 2007*. Por todo esto, el proceso metodológico llevado a cabo constituye un complejo engranaje, tal y como aparece detallado a continuación.

#### 3.1. Directorio de museos

Se realizaron diversas búsquedas con el fin de constatar qué páginas web aglutinaban algún listado de este tipo de instituciones culturales y se obtuvieron los siguientes resultados:

<sup>2</sup> Entendemos que engloba los siguientes 19 países: Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

- La página web del *Instituto Latinoamericano de Museos* (ILAM), explicada más adelante, que contiene un mapa interactivo de América Latina con un extenso directorio de museos ordenados por temáticas.
- La página web del *Ministerio de Educación, Cultura y Deporte*<sup>3</sup> del Gobierno de España fue otro de los resultados que nos proporcionó nuestra búsqueda. Contiene una potente plataforma de exploración sobre museos localizados en todo el territorio español, y es necesario reseñar que su nivel de precisión y de indagación en todas las colecciones y museos nacionales, es sin duda, inmejorable.

Por otra parte, se obtuvieron resultados menos adaptados a nuestra necesidad de información tales como la página web del *Consejo Internacional de Museos* (ICOM), que recoge en la misma una gran cantidad de datos sobre su actividad, objetivos y, en definitiva, sobre la institución en sí. Pero aunque eran cuantiosas las publicaciones que agrupan museos de diversos países y zonas geográficas, no está disponible su consulta *online*, lo que limitó de forma considerable el análisis previo que se realizó a la elaboración de nuestro propio listado de museos.

De todas las herramientas mencionadas, la que más útil resultó fue el directorio de museos latinoamericanos del ILAM, que tal y como se explica a continuación, constituyó un buen complemento para el correcto desarrollo del presente artículo.

### 3.2. Localización y selección de la muestra de estudio

Con el fin de localizar la muestra de estudio, en primer lugar lo que se hizo fue tratar de encontrar términos como «Museo Naval», «Museo Marítimo», «Museo del Mar», «Museo de la Pesca», «Museo Marino», «Museo de Arqueología Subacuática», «Barco Museo», etc., en diversos motores de búsqueda de Internet, tales como *Google* y *Yahoo*. Sin embargo, debido a que estos buscadores no nos proporcionaban resultados del todo útiles con la ecuación de búsqueda anteriormente comentada, se ideó un nuevo procedimiento que se basó en añadir a la ecuación de búsqueda el nombre de los países pertenecientes al ámbito hispanohablante, con el fin de que éstos respondieran al perfil de museos y de ámbito parlante en el que estábamos interesados.

No obstante, y a pesar que los resultados de esa nueva exploración sí se ajustaban a los objetivos que previamente habían sido planteados, hubo que variar el modo de actuar a la hora de realizar la búsqueda. Por ello, se contactó vía electrónica (correos y formularios web) con:

<sup>3</sup> Ministerio de Educación, Cultura y Deporte [en línea]. [Consultado: 29/06/14]. Disponible en <<http://www.mecd.gob.es/portada-mecd/>>.



a) Oficinas de turismo.

Se envió un correo electrónico a las provincias de España y los países hispanohablantes de América Latina en las que ya se tenía constancia de la existencia de museos, pues el fin consistía en obtener, además de información de diversa índole sobre este tipo de instituciones culturales ya localizadas, el nombre de otras nuevas que no tuvieran visibilidad en Internet.

En el caso de Latinoamérica la búsqueda de oficinas de turismo y de su dirección de correo electrónico fue más dificultosa, debido a que en muchas de las páginas oficiales no se proporcionaba una dirección de contacto y la única vía era a través de un formulario web. En algunos casos fue complicado cumplimentar el formulario web debido a la existencia de dos campos de carácter obligatorio: número de identidad nacional (sólo era válido el formato de identificación del país al que se estaba realizando esta petición), y lugar de residencia (sólo se permitía introducir ubicaciones geográficas del territorio con el que se trataba contactar).

b) Armadas.

Conscientes de que muchos de los museos que interesaban para la elaboración del directorio tenían una indudable relación con el ámbito castrense, como es el caso de los Museos Navales de España, se optó por la misma técnica de actuación que con las oficinas de turismo, es decir, se buscó la página oficial de las Armadas tanto de España como de Latinoamérica y un correo electrónico o formulario de contacto.

Este contacto fue decisivo para obtener una amplia parte de elementos de la muestra de estudio, debido a que la mayoría de instituciones ubicadas en estos países no dudaron en proporcionar la información requerida, pues una buena parte de estos museos son gestionados por este tipo de instituciones, debido a la tipología de Patrimonio que custodian. No obstante, en consecuencia a que algunas de estas instituciones no contestaban al correo electrónico que se le había proporcionado, se estableció contacto con éstas a través de su perfil en *Facebook* o en *Twitter*.

c) Embajadas de los países latinoamericanos hispanohablantes.

Debido a que en el ámbito de América Latina existían verdaderas carencias en cuanto a los elementos de la muestra, se estableció contacto con las diversas embajadas latinoamericanas situadas en España. A raíz de este contacto, se consiguió añadir nuevos elementos a la muestra de estudio, debido a la buena predisposición de la mayoría del personal, que contestó a la petición de información realizada.

d) *International Council Of Museums* (ICOM).

En el caso de España, con la obtención de las distintas respuestas por parte de las oficinas de turismo y de la Armada de nuestro país, se dio por concluida la búsqueda de más museos en este espacio geográfico.

No obstante, la indagación en la elaboración de la muestra de los museos en Latinoamérica no concluyó hasta unas semanas más tarde, debido a que fue enviado un correo a la página web del *International Council Of Museums*<sup>4</sup> (ICOM), y la persona de contacto proporcionó la dirección de más páginas web, a través de las cuales se obtuvo nueva información.

## e) Instituto Latinoamericano de Museos (ILAM).

A raíz del contacto con el ICOM, se localizó una institución de características similares, centrada exclusivamente en el ámbito del que más carencias se tenían en cuanto a museos: el Latinoamericano.

A través de la página web del ILAM<sup>5</sup> se accedió a una amplia base de datos, a través de la cual se hallaron más museos.

En esta herramienta aparecía un mapa con todos los países de América Latina. Pinchando con el cursor en cada uno de ellos, se desplegaban amplias categorías de museos que fueron de gran utilidad para ir conformando nuestro directorio.

Mientras se establecía contacto electrónico con estas instituciones, de una forma paralela se iba complementando la información que éstas proporcionaban con los datos de distinta índole recogidos en el directorio, tales como descripción, ubicación física, URL, *e-mail*, además de las direcciones de los perfiles sociales en *Facebook* y *Twitter* de la muestra de estudio. Si éstos no eran proporcionados, se procedía a su búsqueda. El procedimiento se efectuó de tres formas diversas:

- Inspeccionar las diversas páginas web (en el caso de que tuvieran) de los elementos de la muestra con el objetivo de localizar la posible existencia de vínculos a sus herramientas de la Web 2.0.

<sup>4</sup> Organismo creado en 1946. Es la única organización de museos y profesionales con alcance mundial, dedicada a la protección del Patrimonio cultural y natural, está integrado aproximadamente por 139 países. *International Council Of Museums*. *¿Qué es el ICOM?* [en línea]. [Consultado: 12/06/14]. Disponible en <<http://www.icom-ce.org/>>.

<sup>5</sup> Organización no-gubernamental sin fines de lucro establecida en diciembre de 1997 y con sede en San José, Costa Rica. *Instituto Latinoamericano de Museos* [en línea]. [Consultado: 29/06/14]. Disponible en <<http://goo.gl/cWmtAJ>>.

- En el caso de que no existiera una página web de los diferentes museos, utilizando diversos mecanismos de búsqueda, como por ejemplo *Yahoo* y *Google*, se añadía en el campo de búsqueda el nombre del museo, más el nombre de cada una de las redes sociales ya mencionadas.
- Por último, se procedió a la búsqueda de posibles perfiles sociales utilizando las páginas oficiales de *Facebook* y *Twitter*.

### 3.3. Estructuración de la muestra de estudio

Una vez obtenidos todos los elementos de la muestra de estudio, se procedió a la estructuración y clasificación de la misma. A continuación, se explica en profundidad.

#### 3.3.1. Delimitación conceptual de los términos «naval» y «marítimo»

Dada la gran cantidad de museos recopilados sin ningún tipo de orden, llegó el momento de estructurar la muestra de estudio. El primer escollo encontrado fue, como ya se ha comentado en el apartado del estado de la cuestión, que no había una diferenciación conceptual clara entre Museo Naval y Marítimo. Por ello, se procedió a la delimitación terminológica de ambos términos, para después clasificar la muestra en función de las definiciones elaboradas.

Tras la consulta de diversas fuentes en las que se definen estos términos, se observó que en la única fuente que definía estas tipologías de museos se hablaba de Museo Naval y Museo Marítimo como si fueran sinónimos<sup>6</sup>.

Se consultaron diversas fuentes tales como el *Diccionario de la Real Academia Española*, el *Diccionario Marítimo español* de 1831, la R.A.E. y otras muchas fuentes que aparecen reflejadas en el apartado «Estado de la cuestión» del presente trabajo. Con objeto de definir primeramente los términos «naval» y «marítimo», ya que antes de plantear qué es un museo de estas características, debíamos conocer qué significa tanto un adjetivo como el otro.

Una vez definidos los términos «naval» y «marítimo», se asociaron al de «museo», y se pudo generar una definición de Museo Naval y Marítimo, base para clasificación de la muestra de estudio. A raíz de la consulta exhaustiva de bibliografía, presentamos las definiciones que hemos elaborado.

<sup>6</sup> «Un museo marítimo es un museo especializado en la exhibición de objetos relacionados con los barcos y la navegación en mares y lagos. Un museo naval se centra en las marinas de guerra y el uso militar de la mar». Wikipedia. *Marítimo* [en línea]. [Consultado: 14/06/14]. Disponible en <<http://goo.gl/iCgf14>>.

La definición propuesta del término «naval» es:

Término específico de «marítimo», debido a su mayor amplitud conceptual. El concepto «naval» hace referencia a todo producto resultante del uso castrense y bélico que a lo largo de la Historia, y con la intervención de las diversas marinas y ejércitos, los seres humanos han hecho del mar. Es por tanto, todo lo que engloba la actividad humana de surcar los mares desde el punto de vista militar, ya que este término tiene una connotación estratégica<sup>7</sup>.

Con respecto al concepto «marítimo» proponemos la siguiente:

Término genérico que abarca los aspectos navales y que engloba ya sea por su origen/naturaleza (como por ejemplo, la flora y fauna marítima), o por su proximidad física (costa, población, etc.), a todo lo que tiene relación con el mar, es decir, que sea perteneciente o es concerniente al mismo, como, por ejemplo los objetos patrimoniales procedentes de la arqueología subacuática. El concepto «marítimo» tiene una estrecha relación con el comercio, la pesca y la navegación que hace un uso del mar con un fin económico y social<sup>8</sup>.

Tras la definición de ambos términos, obtenemos como resultado una base teórica que nos permite tener constancia de las características que determinan que un Museo sea Naval o Marítimo, debido a que el aspecto que los diferencia es el tipo de Patrimonio que albergan.

Si a los conceptos definidos anteriormente le añadimos el término «museo», podemos afirmar que un Museo Naval se caracteriza por custodiar Patrimonio vinculado a la actividad humana de surcar los mares desde un punto de vista militar. Respecto a los Museos Marítimos, albergan bienes patrimoniales que tienen una estrecha relación con las actividades que hacen uso del mar con un fin económico y social, pero también con fauna, costas y puertos.

### **3.3.2. Criterios adoptados para la clasificación**

Una vez definidos los conceptos de Museo Naval y Marítimo, se procedió a la clasificación de la muestra en función de sus características. Por un lado, según el tipo de Patrimonio Naval o Marítimo que albergaban en sus instalaciones; y, por otro lado, por

<sup>7</sup> Fernández de Navarrete, 1831; Barjot, Savant, 1965; Corbett, J. S., 1988; Solís Oyarzún, 1999; *Diccionario Náutico*; Armada Bolivariana. Glosario de términos navales; *Real Academia Española*; Luca Lo Basso, 2014.

<sup>8</sup> Fernández de Navarrete, 1831; Solís Oyarzún, 1998, 1999; Samhaber, 1960; *Real Academia Española*; Luca Lo Basso, 2014.

el nombre de la institución, ya que si un museo incluía en el nombre los términos «del Mar» o «Naval», éste era, en principio, un elemento definitorio para su inclusión en un grupo o en otro.

Cabe resaltar que al inicio de esta investigación se consideró que únicamente se debían incluir dos grandes categorías, naval y marítimo, pero que con el avance de la obtención de la muestra surgieron dos nuevas grandes categorías con autonomía suficiente: los Barcos Museo y los museos de Arqueología Subacuática.

Los primeros están compuestos por «barcos navales» (como por ejemplo la Cañonera América, buque de guerra) y «barcos marítimos» (ej.: Barco Museo Boniteiro «Reina del Carmen», barco dedicado a la pesca). Los segundos se caracterizan porque custodian y albergan objetos extraídos del mar por su importancia naval (por ejemplo el cargamento de la fragata «Nuestra Señora de las Mercedes», buque de guerra) y/o marítima (ej.: reproducción del barco fenicio de Mazarrón, barco relacionado con el comercio).

Tras realizar la clasificación de la muestra en función de sus características, se procedió a la elaboración del directorio de Museos Navales y Marítimos del ámbito hispanohablante. Para ello fue de gran utilidad la localización de una fuente (Sánchez, 1997:339-341) que distingue tres formas diversas de organizar este tipo de herramientas:

- Lista de museos con Web propia: este tipo de lista contiene aquellos museos que disponen de un conjunto de páginas web, ofreciendo información más o menos abundante.
- Lista de páginas de museos: contiene direcciones de Internet de páginas de museos que ofrecen únicamente información somera (dirección, horarios, descripción, posibles enlaces a redes sociales, etc.).
- Lista de directorios de museos por zonas geográficas: esta lista contiene las direcciones de servicios de directorios de museos en ciudades, provincias, comunidades autónomas, etc.

La estructura del directorio al que hacemos referencia en el presente artículo, corresponde a un híbrido entre el segundo y el tercer tipo que recoge la bibliografía consultada.

### 3.4. Publicación del directorio

El *blog* que nos ocupa es el «Museos Navales y Marítimos», una bitácora sin ánimo de lucro, creada en el marco del *Máster en Historia y Patrimonio Naval* (Universidad de Murcia)<sup>9</sup>.

En esta herramienta de la web 2.0 se publican contenidos relacionados con este tipo de instituciones culturales como, por ejemplo, imágenes sobre el patrimonio que custodian, su historia, curiosidades, etc. En definitiva, pretendemos contribuir al conocimiento de los Museos Navales y Marítimos por parte de la sociedad.

Para alcanzar uno de los objetivos específicos planteados al inicio de esta investigación, como era la publicación del directorio en esta herramienta de la web social, en primer lugar se procedió a la inclusión en un nuevo *post* con diversos datos tales como ámbito geográfico, correo electrónico, *Facebook* y *Twitter*, que contribuyen a articular la información de este directorio.

A continuación, se introdujo el nombre de cada uno de los museos, conteniendo cada uno de ellos un hipervínculo a su página web oficial o, en su defecto, a algún portal de Internet que informara sobre esa institución cultural.

En la fila inferior de cada elemento de la muestra se adjuntó (siempre que existiera) el correo electrónico de contacto, así como los iconos de *Facebook* y *Twitter* que conducen directamente a los perfiles oficiales de los museos que integran el directorio.

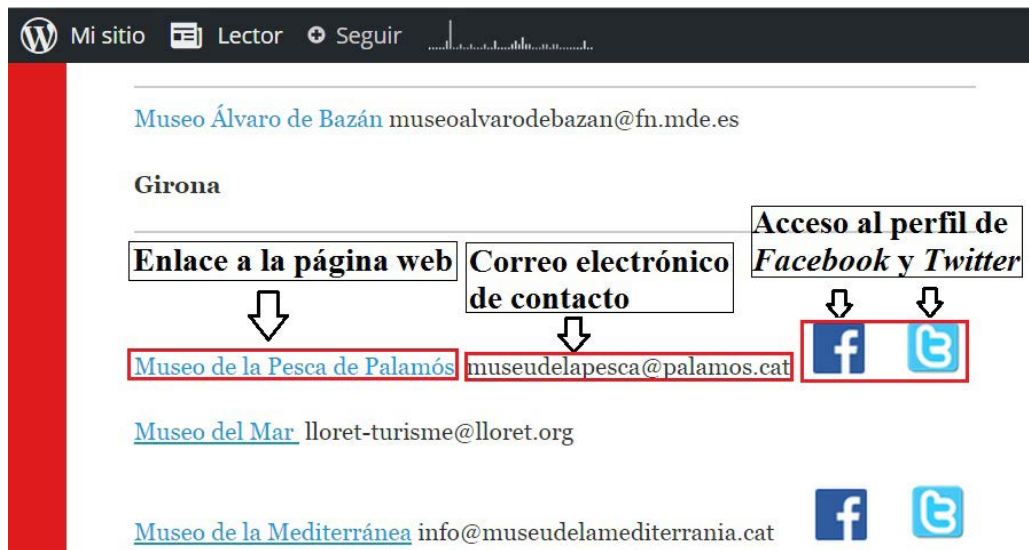
Finalmente, éste quedó articulado respecto al ámbito geográfico, en primer lugar se incluyó el bloque de España con sus respectivas provincias ordenadas alfabéticamente y, a continuación, el latinoamericano, con todos los países de habla hispana que lo integran ordenados también por criterio alfabético.

## 4. RESULTADOS

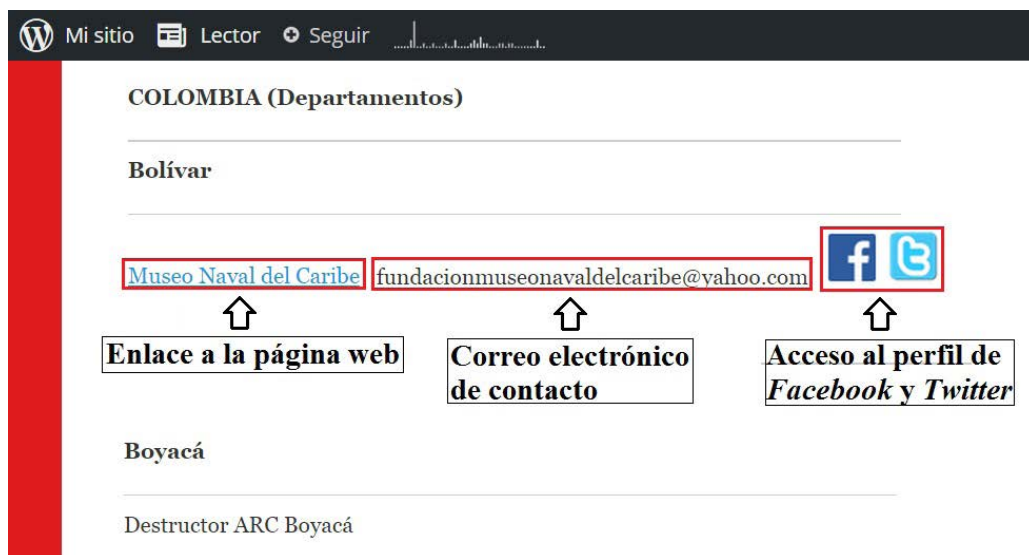
### 4.1. Directorio de Museos Navales y Marítimos del ámbito hispanohablante

El primer resultado es el directorio propiamente dicho (disponible en <<https://goo.gl/Ye4auW>>), que contiene 114 Museos Navales y Marítimos, 51 de ellos ubicados en España y 63 en Latinoamérica (figuras 1 y 2).

<sup>9</sup> Más información acerca del mismo en <<https://mastia.wordpress.com/>>.



**Figura 1.** Museos ubicados en España. **Fuente:** Elaboración propia a partir de una «captura» de pantalla del directorio.

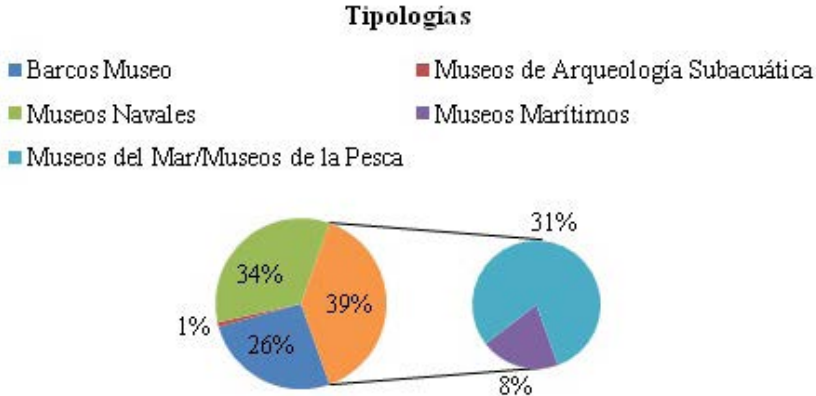


**Figura 2.** Museos localizados en Latinoamérica. **Fuente:** Elaboración propia a partir de una «captura» de pantalla del directorio.

## 4.2. Instituciones que conservan y gestionan el Patrimonio Naval y Marítimo

### 4.2.1. Tipologías de museos

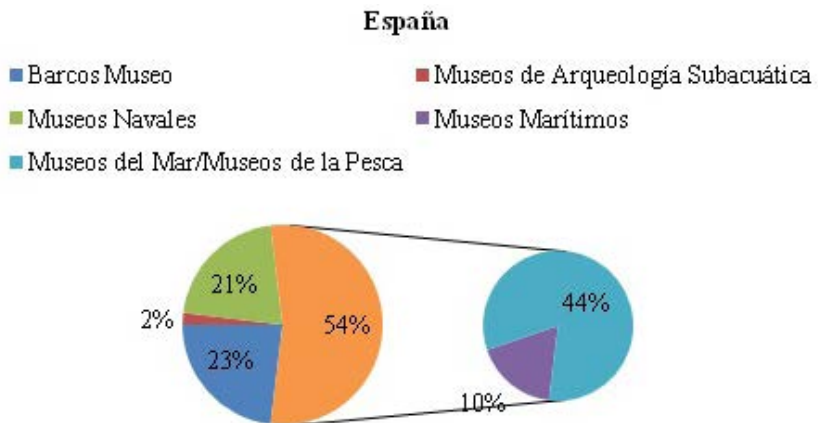
Tras el análisis de la muestra, se puede afirmar que Museos Marítimos (que también engloban los Museos del Mar y Museos de la Pesca), es la tipología más numerosa en el ámbito hispanohablante (España y América Latina) con un 39% del total (figura 3).



**Figura 3.** Tipologías de Museos Navales y Marítimos del ámbito hispanohablante. **Fuente:** Elaboración propia.

### 4.2.2. España

Del siguiente gráfico se puede resaltar que los Museos Marítimos (que engloban los Museos del Mar y los de la Pesca), son la tipología que más presencia tiene en España con un 54% del total (figura 4).



**Figura 4.** Tipologías de Museos Navales y Marítimos en España. **Fuente:** Elaboración propia.



- **Tipologías de Museos Navales y Marítimos presentes en las provincias de España**

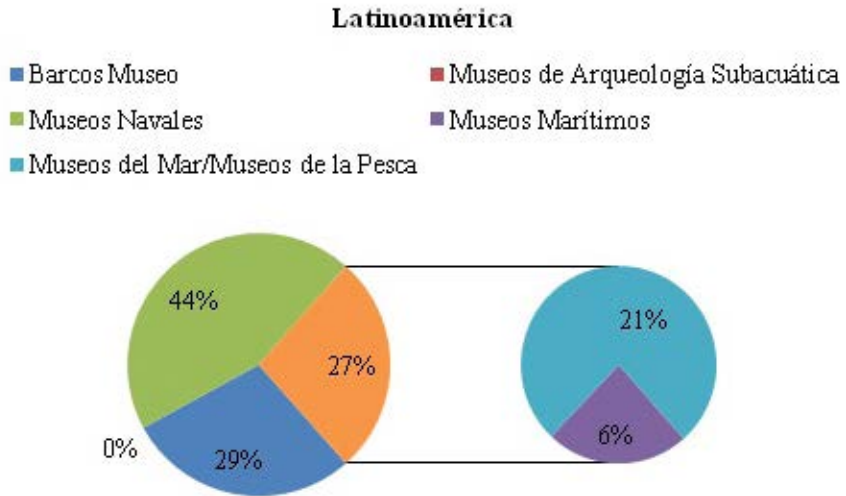
Según los resultados obtenidos, en todo el territorio español existen un total de 51 Museos Navales y Marítimos. Las provincias que albergan un mayor número en su territorio son Alicante, Vizcaya, Girona y La Coruña (figura 5).



**Figura 5.** Museos Navales y Marítimos presentes en las provincias de España. **Fuente:** Elaboración propia.

### 4.2.3. LATINOAMÉRICA

Del siguiente gráfico, se puede destacar que la tipología más numerosa en América Latina es la de Museos Navales, con un 44% del total (figura 6).



**Figura 6.** Tipologías de Museos Navales y Marítimos en Latinoamérica. **Fuente:** Elaboración propia.

- **Tipologías de Museos Navales y Marítimos presentes en los países hispanohablantes de América Latina**

Tras la obtención de los resultados, se puede afirmar que en los países hispanohablantes de Latinoamérica se ubican un total de 63 Museos Navales y Marítimos. Los países en las que más tipologías de museos hay son Argentina (19%), Chile (19%), México (19%) y Perú (11%) (figura 7).



Figura 7. Museos Navales y Marítimos presentes en América Latina. Fuente: Elaboración propia.

## 5. CONCLUSIONES

En primer lugar, el número de Museos Navales y Marítimos ubicados en Latinoamérica es probablemente mayor que el que aparece en el directorio; no obstante, tienen mucha menos visibilidad en Internet (aunque hay que mencionar la gran cantidad de instituciones de esta naturaleza que engloban países como Argentina, Chile

y México). Respecto a España, destaca el amplio número de este tipo de instituciones culturales distribuidas a lo largo de todo su territorio, algo que no es tan llamativo si tenemos en cuenta que siempre ha sido una zona geográfica que mira al Mediterráneo por el este, así como un amplio, diverso y batiente océano por el oeste. No cabe duda que esta gran cantidad de museos es el resultado de un proceso histórico y social, producto de la intensa relación entre los seres humanos y el mar. Es destacable que la mayoría de estos museos se concentran en provincias como Alicante, Vizcaya y Gerona.

Atendiendo a las tipologías de Museos analizadas, es llamativo que sean los Marítimos, que a su vez engloban los Museos del Mar y los de la Pesca, la tipología más numerosa en todo el ámbito geográfico abarcado (España y Latinoamérica). Parece que los lazos históricos que unen a ambas zonas geográficas se expresan en esta tipología de museos y no tanto en Museos Navales, hecho bastante sorprendente si nos atenemos a la intensa historia naval que ha caracterizado a España, sin olvidar Latinoamérica. Esto es debido, en cierto modo, a que el Patrimonio Marítimo en los últimos años parece que ha retornado, en gran medida, por la cantidad de actividades que tienen relación con el mismo. Cabe destacar a modo de ejemplo el caso de *La Ruta Conservera* (<<http://larutaconserversa.es/esp/museos/>>), que engloba a 8 Museos Marítimos, con un papel muy activo en las redes sociales.

Para finalizar, es necesario comentar que la publicación de un directorio de estas características en un *blog* es una importante contribución al campo del Patrimonio Naval y Marítimo que albergan estos museos tan específicos y que necesita ser difundido, pues tanto los usuarios convencionales como el público especializado o investigadores pueden satisfacer a través de esta vía sus necesidades de información, ya que la herramienta facilita el conocimiento y la accesibilidad a las fuentes en el caso de que quieran por ejemplo, realizar un estudio científico o simplemente disfrutar del Patrimonio. Además, cumple con un objetivo básico para la Ciencia como es la difusión.

En definitiva, es innegable que existen diversas (y a veces incomprensibles) formas de difundir el conocimiento científico, desde las más tradicionales hasta las más innovadoras (como la que abordamos en el presente artículo), pero lo que debe «preocupar» es si realmente se contribuye con ello al servicio de la sociedad y si en última instancia la Ciencia es capaz de seguir aportando nuevas investigaciones, conocimientos, herramientas e información a los ciudadanos. Al fin y al cabo, los medios de comunicación que difunden estos nuevos conocimientos deben ser considerados únicamente «vías de cultura», no elementos definitorios de la validez o perdurabilidad de una investigación.

## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilera, J. L. (2006). Blogs: una herramienta de difusión para profesionales de la información. *Tk*, (18), pp. 173-180. Recuperado el 12/02/2015, de <<http://goo.gl/LhUV13>>.
- Armada Bolivariana. *Glosario de términos navales*. Recuperado el 01/05/2014, de <<http://goo.gl/BWceZY>>.
- Barjot, P., Savant, J. (1965). *Historia mundial de la Marina*. Madrid: Continente.
- Corbett, J. S. (1988). *Some principles of maritime strategy*. Annapolis, MD: Naval Institute Press. Obra publicada originalmente en 1911.
- Diccionario Náutico*. Recuperado el 01/05/2014, de <<http://www.diccionario-nautico.com.ar/>>.
- Fernández de Navarrete, M. (1831). *Diccionario marítimo español*. Madrid: Imprenta Real. Recuperado el 08-05-2014, de <<http://goo.gl/nJsTGI>>.
- Franganillo, J., Catalán-Vega, M. A. (2005). Bitácoras y sindicación de contenidos: dos herramientas para difundir información. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació* (15). Recuperado el 12/02/2015, de <<http://goo.gl/ox45hH>>.
- Luca Lo Basso, Director del Laboratorio Naval y Marítimo del Departamento de Historia Moderna en la Universidad de Génova.. Consultado vía correo electrónico el 30/05/2014, de <<http://goo.gl/5eYoVP>>.
- Real Academia Española*. Recuperado el 14/06/2014, de <<http://www.rae.es/>>.
- Samhaber, E. (1960). *Los Grandes Viajes a lo Desconocido*. Buenos Aires: El Ateneo.
- Sánchez, J. M. M. (1997). Directorio de museos en Internet. *Museo: Revista de la Asociación Profesional de Museólogos de España* (2), pp. 339-341. Recuperado el 20/08/2014, de <<http://goo.gl/WYvJLI>>.
- Solís Oyarzún, E. (1999). Algunas consideraciones sobre la estrategia marítima. *Revismar*, 116 (848), pp. 13. Recuperado el 12/07/2014, de <<http://goo.gl/GIqaw8>>.
- Solís Oyarzún, E. (1998). El poderío marítimo. *Revismar*, 115 (843), pp. 109. Recuperado el 12/07/2014, de <<http://goo.gl/kUJXJR>>.
- Torres-Salinas, D., Delgado-López-Cózar, E. (2009). Estrategia para mejorar la difusión de los resultados de investigación con la Web 2.0. *El profesional de la información*, 18(5), pp. 534-539. Recuperado el 12/02/2015, de <<http://goo.gl/AgZRRo>>.
- Wikipedia*. Recuperado el 14/06/2014, de <<http://goo.gl/A9s9>>.

## ANEXO 1. Correo enviado a las diversas oficinas de turismo de España

ASUNTO: Estudio difusión 2.0 del Patrimonio Museos Navales y Marítimos

CUERPO DEL MENSAJE:

A quien corresponda,

Mi nombre es Fernando Díaz Pérez. Soy un doctorando de la Universidad de Murcia y pertenezco a la Cátedra de Historia Naval (<http://www.um.es/catedranaval/>), proyecto interinstitucional de la Universidad de Murcia y la Armada Española.

Actualmente me encuentro inmerso en la realización de un artículo y para desarrollar algunos aspectos de mi investigación, en la que trato de realizar un directorio de los Museos Navales y Marítimos localizados en España y América Latina, necesito obtener el nombre de estas tipologías de museos ubicados en su provincia (en el caso de que existan).

Agradecería su colaboración contestando a la siguiente cuestión:

¿Hay algún Museo Naval, Museo Marítimo, Museo del Mar, Museo de la Pesca, Barco Museo, Museo de Arqueología Subacuática o algún tipo de Museo que está relacionado con el medio marítimo en su ciudad/provincia?

Gracias por su atención.

Espero su respuesta.

Reciba un cordial saludo.