



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN

Grado Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Musealización individual del Yelmo de Sutton Hoo

Presentado por Zhong Liu

Tutelado por Maria Cristina de Lucas Olmos

Segovia, 05/06/2021

1.Resumen

Yelmo de Sutton Hoo es una reliquia cultural anglosajona que tiene importante valor histórico y social, actualmente se conserva en el Museo Británico. En todo el proceso expositivo, cuando el Museo Británico está realizando la función de museo, existen algunas partes imperfectas. Para solucionar estos problemas, propongo una musealización individual, y a través de la metodología DAFO analizo las ventajas y desventajas externas e internas de esta propuesta. Los factores para determinar la viabilidad de este proyecto, y plantear algunas sugerencias (estrategias) para enfrentar los problemas que surgirán al implementar la propuesta.

2. Índice

1. Resumen

2. Índice

3. Introducción

- 3.1 Descripción del problema
- 3.2 Relevancia teórica
 - 3.2.1 Análisis de la situación
 - 3.2.2 Proyecto y evaluación

4. Objetivos

5. Valor de casco anglosajón

- 5.1 introducción básica
- 5.2 Análisis de valor
 - 5.2.1 Valor histórico
 - 5.2.1.1 Antigüedad
 - 5.2.1.2 Valor testimonial y referencial
 - 5.2.1.3 Singularidad y Representatividad
 - 5.2.1.4 Valor de tecnología
 - 5.2.2 Valor social
 - 5.2.2.1 Identitario
 - 5.2.2.2 Continuidad de su uso
 - 5.2.2.3 Educativo
 - 5.2.3 Valor artístico

6. Metodología

- 6.1. Introducción
- 6.2. Aspectos internos
- 6.3. Aspecto externo
- 6.4 Causa de elegir DAFO

7. Planteamiento de proyecto: Musealización individual

8. Dafo

- 8.1 Fortaleza
- 8.2 Debilidad
- 8.3 Oportunidad
- 8.4 Amenaza

8.5 Estrategia

- 8.5.1 Producto y servicio
- 8.5.2 Coste
- 8.5.3 Sensibilización
- 8.5.4 Incrementar el sentido de participación

9.viabilidad y opción alternativa

10.Conclusion

BIBLIOGRAFIA

3.Introduccion

3.1 Descripción del problema

El Yelmo de Sutton Hoo como un recurso público, es una reliquia cultural que tiene un alto valor económico y cultural. El Yelmo está ahora bien conservado en el Museo Británico, pero el museo tiene algunos problemas en su función educativa. Bajo la influencia de las tendencias anti-globalización y las nuevas tecnologías, la comunicación cultural tendrá un impacto mayor y un alcance más amplio que la expansión del comercio o los flujos externos. Por lo tanto, una comprensión correcta del patrimonio cultural y después, encontrar un método de desarrollo adecuado es importante.

Según la perspectiva de la economía política, sólo los productos del trabajo que pueden intercambiarse tienen valor, pueden producir plusvalía a través del intercambio y pueden producir "beneficios económicos". Pero la propiedad pública como el casco anglosajón no se puede comerciar y no puede convertirse en una mercancía. Entonces, ¿cuáles son los atributos de esta reliquia cultural y cómo se utilizan en el mercado turístico?

Según la definición, el museo público es una institución, sirve al desarrollo social y está abierto al público. La tarea principal es preservar y exhibir colecciones de arte o científicas. El problema es que existe una relación competitiva natural entre colecciones, por ejemplo, las reliquias culturales famosas pueden llamar más atención, la mayoría de los turistas toman el entretenimiento como su propósito, y su respuesta a las colecciones es simple y uniforme, lo que hace que estas reliquias culturales no puedan utilizar todas sus funciones o valores.

Con fin de resolver los problemas mencionada, propondré la solución de musealización individual, para evaluar la viabilidad de esta propuesta, aplicando la metodología: la herramienta de gestión DAFO, se puede determinar los factores positivos y negativos, en entorno externo y interno, normalmente es una herramienta para conocer la situación de una organización o empresa con el fin de plantear estrategia en futuro, en sector cultural también es aplicable por un proyecto.

3.2 Relevancia teórica

El artículo analiza los problemas existentes en la función educativa del Museo Británico, que actualmente almacena Yelmo de Sutton Hoo, incluida la falta de contenido de información y el medio único de transmitir información, que no puede resolver el problema de la fatiga del museo, por lo tanto los visitantes no pueden aprender conocimientos de manera efectiva.

Las preguntas planteadas sobre las habilidades educativas originales del museo se basan en la museología crítica:

La museología crítica no solo es una herramienta intelectual esencial para comprender mejor el museo, las instituciones expositivas relacionadas, los fondos patrimoniales y los contra patrimonios, y los flujos y condiciones globales y locales en los que están integrados, sino que también es crucial para el desarrollo de nuevos géneros expositivos. historias incalculables, rearticular los sistemas de conocimiento para la difusión pública, reinventar las estructuras organizativas y de gestión, y reutilizar museos y galerías de acuerdo con los estados y comunidades multiculturales e interculturales (Shelton, 2013, 7).

3.2.1 Análisis de los problemas



Imagen1, Yelmo de Sutton Hoo y su calco en el museo británico

El Yelmo se exhibe en la Sala 41 del Museo Británico. Las exhibiciones en esta sala son artefactos relacionados de la cultura anglosajona, principalmente del entierro del barco anglosajón en Sutton Hoo (Museo británico, 2020).

Yelmo de Sutton Hoo se coloca en un recipiente de vidrio para su almacenamiento y es conveniente que los visitantes lo vean. Debajo del Yelmo hay una breve introducción al respecto, alrededor de 220 palabras. Junto a su auténtico, Yelmo encuentra una réplica del mismo que, según las investigaciones de los historiadores, se ha restaurado el aspecto original del Yelmo. Debajo del trabajo también hay una narrativa de texto, que presenta algunos de los elementos de diseño en Yelmo. Lo anterior es toda la información sobre el Yelmo que posee el Museo Británico.

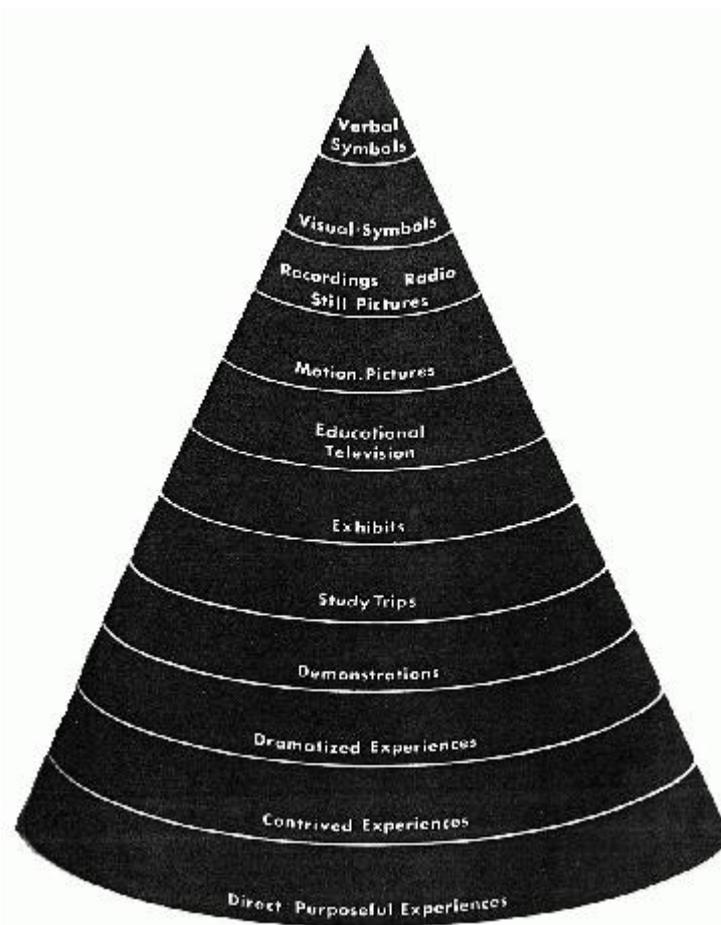


Imagen2, Pirámide del aprendizaje (Dale, 1969, 107)

La transmisión que hace el Museo Británico de la información de Yelmo se realiza principalmente en forma de texto. Según la teoría de la *pirámide del aprendizaje* (DG Treichler, 1969, 108), hay muy poco contenido efectivo que el texto puede transmitir al

receptor, en el caso del Museo Británico, lo que sin duda es un desperdicio de recursos culturales.

Según los datos de la encuesta publicados por el Cheetah User Research Center(2020), entre los principales problemas que encuentran los turistas que visitan el Museo, los dos primeros son: 1. Hay muy poca información de texto y no hay conocimiento (44,55%) 2. La información es toda narrativa Contenido (38,13%). “Según estadísticas incompletas, el tiempo medio de visita de los turistas al museo es de 19 minutos ” (Serrell, 2010, 122), pudiendo decirse que el tiempo medio de cada exposición es mínimo.

“Los visitantes del museo sólo pueden mantener un alto grado de interés durante 20 a 30 minutos y luego disminuir gradualmente”(Falk, Koran, Direking y Dreblow, 1985, 250). La manifestación específica es que después de la estimulación repetida, la atención disminuye y el tiempo dedicado a ver las exhibiciones disminuye. “La razón principal es que la densidad de información en el museo es demasiado alta y existe una relación competitiva entre las diferentes colecciones para llamar la atención de los visitantes” (Bitgood, Estudios de visitantes, 2009).

Stephen Bitgood ha propuesto tres soluciones principales, que son “reducir la cantidad de lectura, diseñar la ruta de viaje del museo y tomar un breve descanso” (Bitgood, 2010, 200). Pero existen algunos problemas con estos métodos:

1. Se reduce la cantidad de lectura pero el contenido de la información no se incrementa por otros medios, lo que hace que el museo no pueda cumplir con su función educativa.
2. El recorrido del museo o la ruta no es apta para todo turistas, especialmente los turistas extranjeros que van a un museo por primera vez.
- 3 Después de un breve descanso, los turistas todavía tienen que enfrentarse a los estímulos repetitivos

En resumen, un período de tiempo tan corto y una pequeña cantidad de información no son suficiente para que los turistas comprendan completamente el valor de Yelmo. La función educativa es una de las funciones del museo y se debería cumplir mejor.

Para solucionar estos problemas, primero analizaré las características y el valor de Yelmo, y propondré un proyecto-Musealización adecuado en base a este. Para resolver los problemas sobre el Yelmo de Sutton Hoo, la idea que planteo es la musealización individual del Yelmo de Sutton Hoo, ¿Esta propuesta es factible y cómo mejorar su viabilidad?

3.2.2 Proyecto y evaluación

Primero, para identificar el estado de Yelmo, es necesario analizar los valores del Yelmo, y luego proponer un proyecto, que puede realizar su función mejor que el museo británico, y luego usar DAFO para juzgar la viabilidad del proyecto.

En cuanto a los atributos culturales, discutiré el valor cultural y los antecedentes del casco a partir de aspectos como la función y el diseño del casco. El Yelmo como reliquia cultural local en el Reino Unido, afecta la imagen cultural del Reino Unido y cómo transmite valor. Identificar qué características de las reliquias culturales pueden ser mejor aceptadas por el mercado que ayuda la planificación del proyecto, y esto tiene un significado de referencia para otras reliquias culturales o productos turísticos.

Luego usaré DAFO para evaluar los pros y los contras del plan. La aplicación de DAFO en la industria del turismo ha demostrado la viabilidad de este método. En el artículo “La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico”. (Manuel, 2013), se evalúa el entorno de la gastronomía en la zona extremeña y se aportan sugerencias viables para su desarrollo.

En el artículo “ La creación de rutas del vino” (Genoveva, 2012), se propuso rutas del vino en las zonas rurales de la Península Ibérica para hacer frente a la crisis económica. La evaluación de DAFO demostró la importante posición de la ruta de vino en el industria del turismo y el impacto positivo que la ruta de vino ha traído a la zona.

DAFO puede proporcionar diferentes perspectivas en el sector cultural y brindar una consideración completa para la implementación de todo el proyecto. Ello se llevará a cabo aplicando en este caso concreto: una sugerencia de musealización individual del Yelmo de

Sutton Hoo. Para evaluar las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades a tener en cuenta a la realización de un proyecto , se tendrá en cuenta el contenido específico del proyecto, como la selección del sitio, la aplicación técnica y la construcción de instalaciones en el museo.

El proyecto planteado es para buscar la nueva aplicación y activación de Yelmo sutton hoo, pretende concienciar a la gente del valor del Yelmo en diferentes vistas. Para cumplir los objetivos de este proyecto, se plantean las estrategias, que permitan solucionar algunas dificultades y evitar riesgos.

4.Objetivos

4.1Objetivos generales

Los objetivos generales de este trabajo son:

- 1.Aplicación razonable de métodos de análisis de reliquias culturales y DAFO en el campo del turismo.
- 2.Proporcionar sugerencias razonables para el desarrollo de Yelmo y diseñar los detalles de la implementación de las sugerencias.
- 3.Conocer la viabilidad de musealización

4.2Objetivos específico

El proyecto buscará alcanzar diferentes metas, a través del planteamiento de unos objetivos específicos:

- 1.Promocionar la exhibición de Yelmo
- 2.Comprenda mejor el valor de Yelmo
- 3.Facilita los turistas a tener la información de Yelmo

5. Valor de Yelmo de Sutton Hoo

5.1 introducción básica

El Yelmo de Sutton Hoo fue descubierto en un barco funerario en 1939. Fue encontrado por arqueólogos británicos y se describió como: “trabajos de la más alta calidad, no solo en términos ingleses sino europeos” (Wilson, David M.1984, 19-53).

5.2Análisis de valor

5.2.1 Valor histórico

5.2.1.1Antigüedad

En primer lugar, la Antigüedad del Yelmo de Sutton Hoo en sí forma parte del valor histórico. En comparación con las reliquias culturales inamovibles, las reliquias culturales móviles son más susceptibles a daños. El Yelmo anglosajón ha pasado dos veces de restauraciones en la historia. Cuando se excavó eran unos escombros. Independientemente de sus otros valores, su valor más objetivo es su existencia, dándonos la oportunidad de obtener información de esa época. Su dueño es Raedwald. El área gobernada por Raedwald fue invadida por los vikingos en el siglo IX, por eso ahora queda poca información histórica.

5.2.1.2Valor testimonial y referencial

La forma de arte encarnada en el Diseño 1¹ se llama “Las Danzas con Espadas”, que se registró por primera vez en un libro sobre tribus germánicas en el siglo I, Tácito² escribió:

¹ Los diseños refieren los diferentes paneles del Yelmo de Sutton Hoo.

² Tácito es un político e historiador romano

Jóvenes desnudos que practican el baile atados en la danza entre espadas y lanzas, que corresponde a la pantalla en Diseño



1.

Imagen 3, Platos Torslunda

Además, el tablero de Torslunda³ también tiene una figura similar: sosteniendo una lanza, equipada con una espada y un tocado similar.

Se cree que el patrón del Diseño 2 es de origen romano y germánico (Arvidsson, 1977, 121).

Porque antes de que los anglosajones entraran en Inglaterra, la tierra de Inglaterra estaba gobernada por Roma. También se han encontrado diseños similares en Suecia y Alemania que reflejan la influencia de dos culturas en la cultura anglosajona. Como por ejemplo la figura del jinete. Por la parte posterior este personaje aparece sosteniendo una Lanza.

Asimismo, se hace referencia a Dios, que aparece para ayudarlo a luchar contra el enemigo.

Se puede apreciar lo común del sistema mitológico y germánico.

Los estilos de diseño tres y cuatro son específicos. Como podemos ver en la imagen, en estos gráficos no se muestran las características obvias de los animales, se muestran sin forma, y

³ Torslunda son cuatro moldes de bronce fundidos que se encuentran en la parroquia de Torslunda en la isla de Öland en Suecia

están distorsionados, exagerados y son surrealistas. Según la investigación de los arqueólogos, este Yelmo fue enterrado en el año 625, y tiene una historia de unos cien años antes de ser enterrado. Al mismo tiempo, en la cultura germánica, este estilo con forma similar al de un animal (el cuerpo del animal es alargado, sin patas) se formó a mediados del siglo VI d.C., que coincidió con la época de lanzamiento de Yelmo. Por lo tanto, los Diseños 3 y 4 han demostrado el origen de la cultura anglosajona en términos de estilo artístico y dimensión temporal.

5.2.1.3 Singularidad y Representatividad

Comparado con otros Yelmos en anglosajón de la misma época, como Yelmo de Benty Grange, Yelmo de Coppergate, etc. Yelmo de Sutton Hoo obviamente tiene decoraciones más complicadas y exquisitas, es un Yelmo decorativo sin parangón en su ornamentación y patrones press blech , además, la parte de las cejas y el puente de la nariz incorpora elementos de dragón, y no se han encontrado diseños similares en otros Yelmos. La particularidad de estas decoraciones es distinguir a la familia real de otras clases.



Imagen 4, Yelmo de Coppergate, York Museums

En cuanto a la decoración, el más parecido a Yelmo de Sutton Hoo es Yelmo de Coppergate, ambos con cejas crestall. A pesar de las similitudes, el Yelmo Coppergate es más simple, de forma bidimensional y el final del trazado de las cejas está decorado con cabezas de animales. Por otro lado, el Yelmo Sutt es tridimensional. Otro Yelmo con elementos de diseño similares es el Yelmo de Staffordshire, que también tiene un patrón de jinete y guerrero, pero aún está en proceso de restauración.

En segundo lugar, la estructura de Yelmo de Sutton Hoo también es única, está hecha de hierro y es la única Yelmo con máscara facial. Para la defensa facial, solo Yelmo de

Coppergate usó una banda para cubrir caballete La mayoría de Yelmo tiene dos bandas laterales y sin protección facial. Además, el Yelmo de Sutton Hoo es el único Yelmo anglosajón tiene una protección fija en el cuello.

5.2.1.4 Valor de tecnología

Todo el casco está hecho de hierro, sobre el hierro, es una capa fina de bronce estañado, se fabrica por la manera de press blech. Se consta de cuatro partes: casquete, protector de mejilla, protector de cuello y máscara facial. Tanto el casquete como el protector de mejilla, se encuentran unidos por bisagras. El portador del casco puede ajustar las bisagras para que el protector se adapta mejor a la forma de la cabeza

En la parte posterior del Yelmo, hay un protector de cuello, compuesto por dos piezas superpuestas de hierro, la forma de pieza es curva que se puede adaptar la línea de cuello, juega un papel defensivo en la mayor medida posible.

Entre los paneles hay franjas estriadas que se dividen por encima y fijadas con un remache de bronce a intervalos para fortalecer la estructura del yelmo. La máscara facial y el casquete se unen por remache también. Los bordes del Yelmo están cubiertos por tubos de latón, sujetan el borde común de paneles y copos de hierro. En la parte de cejas, hay una hilera de granates rojo oscuro incrustados en las celdas de bronce, los fondos dorados el color rojo contrastan con el resultado de su brillo.

5.2.2 Valor social

5.2.2.1 Identitario

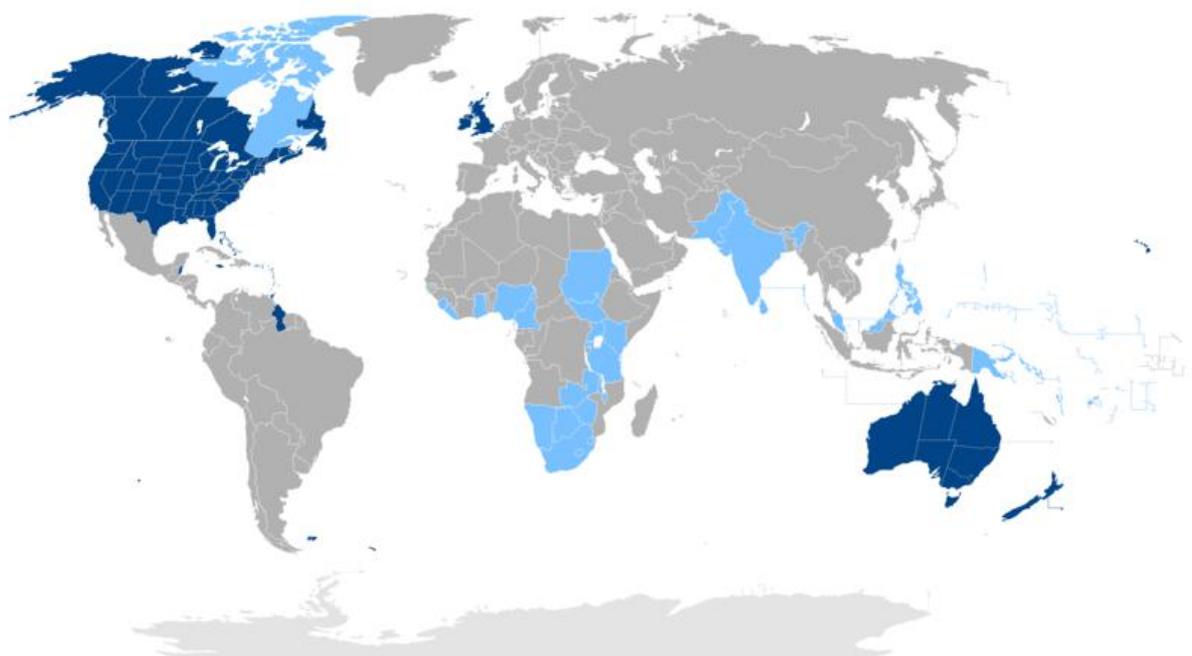


Image 5, Distribuciones de los países de anglosfera(turquí)

Los anglosajones⁴ ahora representan razas en la historia y la sangre anglosajona se distribuye ampliamente en el mundo. Las reliquias culturales con características nacionales anglosajonas como Yelmo pueden resonar en ellas hasta cierto punto. Este es una identidad cultural, uno de los efectos de esta identidad es el aumento de turistas extranjeros al Reino Unido, y la mayoría de estos turistas hablan inglés, lo que aumenta la accesibilidad del Yelmo. Por otro lado, el Museo Británico donde se encuentra Yelmo es muy famoso, y la mayoría de los turistas del Reino Unido lo visitarán, este ambiente especial le da más influencia a Yelmo.

5.2.2.2 Continuidad de su función

Como otro Patrimonio, su uso depende del contexto social e histórico también. Un mismo bien puede ser apreciado de manera diferente a lo largo de su historia. Su utilidad funcional y original evidentemente no puede ser la forma de uso en la actualidad. Desde el símbolo funerario y de estatus original, hasta el objeto de investigación del historiador y, finalmente, la exposición en el museo, Yelmo recibe constantemente un nuevo valor.

⁴ El colectivo de estos países se denomina anglosfera, se refieren a los países de habla inglesa originarios de las antiguas colonias británicas de América Septentrional y Australia.

Estos cambios de uso provienen principalmente de cambios en las necesidades sociales. Según la productividad en ese momento, debe haber costado mucha mano de obra hacer el Yelmo. El primer uso es para proteger la cabeza, y se usó especialmente para la familia real. Después, fue enterrado como su objeto funerario personal del rey Edvaldo de Estanglia. Además de ser una armadura, también es un símbolo de estatus, lo que satisface la necesidad básica y social. Más tarde, se desenterró Yelmo, y los arqueólogos llevaron a cabo una gran cantidad de trabajos de investigación y restauración sobre él, utilizándolo como testimonio histórico y como una obra de arte para su protección. En esta etapa, han pasado más de 1.300 años desde que Yelmo fue enterrado. La estructura social y las necesidades del Reino Unido han sufrido cambios fundamentales, y la distribución de los recursos sociales es más razonable que en el pasado. Por lo tanto, el motivo del trabajo de los arqueólogos es la responsabilidad de proteger el conocimiento.

Hoy en día, el Yelmo se utiliza como un objeto expuesto que se coloca en un museo, y es un objeto representativo del dominio anglosajón en Gran Bretaña. Por otro lado, como recurso cultural público, Yelmo no produce beneficios económicos directos, e incluso por oxidación y problemas imprevistos, también requiere costo de mantenimiento. Sin embargo, desde una perspectiva macro, las personas que visitan Yelmo suelen tener otros consumos. El comportamiento, en general, su impacto en los museos y el Reino Unido es positivo. La estructura social en esta etapa es estable y se ha completado la restauración de Yelmo, que se utiliza como exhibición para maximizar sus diversos valores y también satisfacer las necesidades espirituales de los visitantes.

5.2.3 Valor artístico

Su valor artístico se refleja principalmente en la decoración del casco. En concreto: simetría; el uso de curvas y rectas para lograr efectos dinámicos; la extensibilidad y dinámica de la piel animal a través de prototipos y elipses, etc.

Como otras reliquias del período anglosajón, el yelmo de sutton hoo también tiene rasgos distintivos del Arte germánico: está incrustado con hilo de plata en su cresta y ceja; el gusto por la filigrana y la orfebrería encarna la cultura nómada y la particularidad del arte nacional germánico.

6. Methodología

6.1. Introducción

El propósito de todo el artículo es evaluar y optimizar la viabilidad de la propuesta individual de musealización, la parte más importante es identificar la situación, y el método utilizado en esta parte es DAFO. El sistema DAFO es una metodología para realizar la situación de proyecto o empresa, se basa en los aspectos positivo y negativo en entorno externo e interno. Al enumerar estos aspectos, podemos ver la situación del proyecto de manera más intuitiva.. DAFO se deriva de la primera letra de cuatro palabras: **F**ortalezas, **O**portunidades, **D**ebilidades, **A**menazas, también conocido como análisis FODA.

El sistema fue propuesto por Albert S. Humphrey en la década de 1970. Originalmente se utilizó para analizar las condiciones de la empresa, mejorar los planes, antes del pensamiento estratégico, y más tarde también se aplicó al proyecto cultural y otros campos, nos permite realizar un análisis correcto de la situación competitiva.

6.2. Aspectos internos

Debilidades y fortalezas constituyen esta parte, que son las características y circunstancias internas del propio proyecto, puede ser positivo o negativo para la ejecución del proyecto. Se contemplarán aspectos como las características de Yelmo, capital disponible, la percepción de los turistas que va dirigido.

Fortalezas también llamadas los puntos fuertes, son capacidades, recursos, posiciones alcanzadas y, consecuentemente, ventajas competitivas que deben y pueden ser las oportunidades para el proyecto. En el caso de Yelmo de Sutton Hoo, en principio, sus valores pueden ser su capacidad competitiva.

Debilidades o puntos débiles, refiere los aspectos limitados que reducen la viabilidad del proyecto. Se pueden clasificar: aspectos del servicio complementario, aspectos financieros, aspectos ejecución y aspectos de control la calidad. Para controlar y superarlas, podemos identificarlos y desarrollar las estrategias apropiadas y eliminarlas. Además de las debilidades

sobre la propia propuesta, también es necesario considerar lo que le falta al museo en esta propuesta en comparación con otros museos.

6.3. Aspecto externo

El realización de proyecto se ocurre en un entorno que le rodea, un análisis de externo puede identificar cual aspecto puede beneficiar o dificultar su desarrollo, que son las oportunidades y amenazas, se tendrán en cuenta , por ejemplo: la situación política y legal, la situación social, la macro-economía, la tecnología aplicada.

Amenazas son situaciones negativas y externas que dificultan el proyecto, a diferencia de las debilidades, la estrategia especificada por Amenaza solo se puede usar para evitarla, pero no se puede resolverla, porque el entorno macro solo se puede controlar mediante métodos macro. En otro caso, para no recibir la influencia de la amenaza, también puede realizar los cambios oportunos en el proyecto.

Las oportunidades son factores positivos y externos, puede ser utilizado y pasar a una fortaleza, resulta beneficiosas para el proyecto. Ejemplos: un entorno competitivo menos intenso, nueva política favorable, o mercado nuevo.

6.4 Causa de elegir DAFO

Dafo puede proporcionar una visión más clara, comparar directamente los aspectos negativos y positivos del proyecto, para juzgar si toda la propuesta es factible, ayudar a los tomadores de decisiones a reconocer la gravedad de varios problemas e identificar los riesgos, y luego determinar las prioridades de implementación de los pasos. Esto ayuda a formular estrategias para hacer un uso racional de los aspectos positivos y reducir o eliminar la influencia de los aspectos negativos.

Aquí se utiliza DAFO para evaluar la propuesta de musealización, porque como método de análisis sistemático, que permite identificar con precisión algunos factores favorables y desfavorables para esta propuesta, así como la relación entre estos factores, para que los gerentes puedan implementar y reflexionar sobre la propuesta. Y sobre la base de estas

relaciones, podemos proponer las estrategias correspondientes para reducir el impacto de factores desfavorables en la propuesta y maximizar la viabilidad de la propuesta.

Si bien la obtención de beneficios económicos no es el objetivo principal de los museos, tanto las reliquias culturales como los museos tienen cierto valor económico. Los turistas suelen elegirlos como destinos. Las actividades económicas y los beneficios económicos se generarán definitivamente durante todo el proceso de desplazamiento. Por lo tanto, los museos a menudo pueden impulsar la economía dentro de un rango determinado del entorno, en este sentido, la aplicación de DAFO es apropiado.

7.Planteamiento de proyecto: Musealización individual

“La musealización es una función de indagación científica donde las cosas ya existentes son transformadas y reubicadas en lo que llamamos el conocimiento. Existe una necesidad humana de transformarlo todo en saber a fin de otorgarle permanencia. Por lo tanto, la musealización se lleva a cabo con el propósito de satisfacer esa necesidad de conocimientos precisamente en el museo que es el repositorio del saber de los objetos” (Andrés,2010,13).

En la definición del ICOM de museos, también se enfatiza la función educativa de los museos:

Un museo es una institución sin fines lucrativos, permanente, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines de educación, estudio y recreo. (ICOM,2007)

Los seres humanos convierten los datos en conocimiento y los dotan de permanencia. Musealización es un proceso de este tipo. Su propósito es satisfacer las necesidades de conocimiento de las personas y los museos son lugares donde se almacena el conocimiento. El museo británico funciona muy bien en selección, adquisición, gestión, conservación y catalogación, pero la comunicación o función educativa carece de medios efectivos, como se mencionó en el análisis del problema anterior. Como institución de difusión de conocimientos, el nuevo museo se centrará en mejorar su función educativa, para que los visitantes puedan adquirir conocimientos de manera efectiva.

Desde el punto de vista de museología, la musealización es un proceso que extraer algo de su origen, para dar sentido o status museal, convertirse en un objeto de museo, de hecho, la situación de conocimiento del objeto cambia a través de la musealización, esta transformación del objeto de conocimiento se ha realizado deliberadamente y con el propósito de mantener el conocimiento. En el caso del Yelmo de Sutton Hoo, la musealización individual pretende activar en mayor medida el conocimiento y el valor del yelmo como portador de información. De no producirse este proceso de transformación, sólo se utiliza el yelmo como elemento de exhibición, sus valores específicos no pueden ser reconocidos por el público, por eso planteando musealizar individualmente el objeto.

Para resolver el problema de la forma en que el museo transmite información que no es lo suficientemente eficaz, según la estructura de Pirámide de aprendizaje, la musealización deberá adoptar diferentes formas de reflejar el valor del yelmo, de manera que los turistas puedan obtener un marco de conocimiento completo y lograr el propósito de aprovechar al máximo los recursos turísticos.

La propuesta de Musealización enriquece el proceso de aprendizaje de los turistas a través de una variedad de formas de transmitir conocimiento, para que la información de las reliquias culturales pueda ser efectivamente aceptada. Si bien la eficiencia de la escritura no es alta según la pirámide de aprendizaje, la propuesta aún conserva la forma de escribir la narración. Porque el texto tiene sus ventajas. También se puede asegurar la diversidad de métodos de aprendizaje (“El cambio de estilo de aprendizaje ayuda a incrementar la concentración y mantener el interés, por lo tanto, es necesario lograr la diversificación de estilos de aprendizaje” (Shen, 2009, 43)).

La muestra de yelmo adoptará la tecnología de realidad aumentada AR: superponer una imagen virtual de una computadora en el mundo real para proporcionar una tecnología de visión híbrida. Los visitantes pueden escanear Yelmo de Sutton Hoo con sus teléfonos móviles para ver directamente cómo se ve después de la restauración, mostrando los detalles y la apariencia de yelmo de manera más intuitiva.

Por la parte del valor artístico, se propone utilizar la forma tradicional: imágenes, palabras y explicaciones combinadas, con imágenes como pilar. La cantidad de información adjunta a la imagen es mayor, y es más intuitiva e impactante para expresar emociones, actitudes, revelar estados y describir cosas. Para atraer la atención y la atracción de los turistas, los efectos interactivos de las imágenes son mejores que las palabras. Al mismo tiempo, también son necesarios textos y explicaciones adecuados. Es probable que diferentes turistas tengan diferentes entendimientos de la misma imagen. Para conceptos precisos o descripciones lógicas complejas, todavía se necesitan palabras. El contenido incluye: patrón de textura de yelmo, inspiración de diseño, fuente de gráficos y expresión de belleza, etc.

Esta parte del valor histórico se presentará a los turistas a través de un video. La información en esta parte es relativamente más profesional y ardua, y tiene más contenido. En comparación con el texto y las imágenes, el video tiene una audiencia más amplia y es más

fácil de aceptar por los turistas. El video transmite información multisensorial, más diferenciada que otros anuncios textuales. También se puede restaurar o construir escenas de uso de yelmo, muestra la vivencia y la riqueza de su contenido que no se puede lograr con un texto. En términos de la eficacia de la entrega de información, el video es mejor, además, el texto y el video estimulan a los turistas a diferentes niveles, por lo que colocar el video después de las imágenes y el texto puede garantizar que los visitantes puedan aceptar y entender la información.

El valor social se presentará a través de los medios interactivos. Los medios interactivos se refieren a las acciones o elecciones de un usuario con retroalimentación basada en computadora al mostrar contenido como texto, imágenes en movimiento, animación, video y audio. Por ejemplo, a través de la elección de los turistas, decirle a los turistas cuántas personas de la misma nacionalidad han visitado el museo, o proporcionar a los turistas información sobre la cultura anglosajona del lugar según la ubicación de los turistas, aumentando así la participación y sentido de pertenencia de los turistas, especialmente para los turistas de la angloesfera.

El museo no solo es un lugar para la colección, investigación y exhibición de reliquias históricas, que difunde conocimientos históricos y culturales, sino que también muestra la imagen cultural de la ciudad y la región donde se encuentra el museo. Los factores relacionados con la ubicación del nuevo museo de Yelmo de Sutton Hoo son los siguientes:

1. Factores ambientales: al ser una musealización separada, el ambiente interno es una ventaja para yelmo. El entorno externo debe considerar el flujo de personas y los costos de capital.
2. Factores de desarrollo: Como edificio permanente, el museo no solo debe garantizar la calidad del edificio, sino que también debe adaptarse al entorno actual y futuro. Por ejemplo, se deben considerar las condiciones de tráfico adecuadas, el espacio disponible y la infraestructura.

Con base en los factores anteriores, hay dos opciones:



Imagen5, Situación de Sutton Hoo y Londres

1. Londres, aunque el coste de construcción y mantenimiento es caro, el transporte de Londres es conveniente y el flujo de personas es grande, lo que puede garantizar la cantidad de turistas y unos ingresos considerables.
2. Sutton Hoo en Suffolk, cerca de Woodbridge, Inglaterra. Aquí es donde se excavó el yelmo. El cementerio medieval al que pertenece yelmo también puede ser utilizado por el museo, pudiendo convertirse en parte del mismo y enmarcando al yelmo como un elemento principal e influyente. En términos de valor académico y conexiones locales, esto es más apropiado.

8.Dafo

A partir de las propuestas presentadas anteriormente, esta parte se analizará dividida en cuatro partes en total: ventajas y desventajas externas, ventajas y desventajas internas. Utilizándose para evaluar la viabilidad del proyecto.

Fortaleza	Debilidades
<p>Ofrecer información más completa</p> <p>Entorno interno del museo está menos competitivo</p> <p>Aplicación de tecnología</p> <p>Mantenga la exhibición tradicional</p>	<p>Coste</p> <p>A veces falta la participación de turistas</p> <p>Falta de métodos para evaluar la efectividad de la comunicación.</p> <p>Exhibición única</p> <p>Reputacion</p> <p>Personal especial</p>
Oportunidad	Amenaza
<p>Tecnologia</p> <p>Mercado internacional</p> <p>Turismo cultural</p> <p>Anglosajon circo</p> <p>Politica</p> <p>Popularización del inglés</p>	<p>Acontecimiento</p> <p>Prejuicio de la gente</p> <p>Multiple motivación de visitantes</p> <p>Saturacion</p>

Tabla 1, DAFO

8.1 Fortaleza

Esta parte es la positividad de la propuesta, o las ventajas internas, basadas en el valor especial del Yelmo de Sutton Hoo y las características de la propuesta. Estas ventajas serán la parte más importante de la implementación de la propuesta y se transformarán en la competitividad del Museo de Yelmo de Sutton Hoo .

Ofrecer información más completa

Yelmo tiene diferentes valores, como el valor económico, el valor social, etc. Entre ellos, el valor artístico y el valor educativo no pertenecen al patrimonio cultural ordinario. Sus múltiples valores constituyen sus particularidades, desde esta perspectiva, el Yelmo no tiene sustitutos en el mercado turístico. Puede haber un estilo similar de casco anglosajón, pero su decoración y diseño son únicos en estos aspectos. En el nuevo museo, el valor de yelmo se mostrará a los visitantes a través de diferentes tecnologías, para que los visitantes puedan tener una comprensión más completa de Yelmo de Sutton Hoo. Esto no está disponible en el Museo Británico.

El entorno interno del museo es menos competitivo.

El Yelmo de Sutton Hoo es absolutamente dominante en este museo, la musealización independiente puede concentrar varios recursos en el trabajo relacionado con yelmo, como recursos financieros o recursos humanos, para que los turistas puedan entenderlo completamente, y toda la información que los visitantes obtienen del museo se basa principalmente en el Yelmo de Sutton Hoo . En este entorno, ninguna otra muestra puede atraer la atención de los visitantes, lo que favorece la comunicación entre el museo y los visitantes siendo ésta más efectiva.

Aplicación de tecnología

A través de la innovación tecnológica, los museos pueden brindar a los turistas una mejor experiencia de visita, obteniendo una ventaja competitiva y atrayendo más flujo turístico.

La aplicación de diversas tecnologías facilita la visualización de la información. Por un lado, la aplicación de la tecnología de visualización digital mejora la función de la exposición para transmitir información sobre la misma, enriqueciendo el contenido de transmisión, mejorando el método de transmisión de información, perfeccionando la eficiencia de la transmisión de

información, y aumentando los nuevos materiales de aprendizaje a la audiencia. Según la Pirámide del aprendizaje antes mencionada, este método puede hacer que el aprendizaje sea más eficiente, porque el cerebro humano procesa la información visual mucho más fácilmente que la información escrita.

Por otro lado, los turistas tienen diferentes niveles de entusiasmo para los turistas, esta forma podrá reducir la fatiga de los turistas, y el museo puede cumplir su función educativa y hacer un mejor uso de los recursos culturales.

La continuidad de la exhibición tradicional como elemento generador de valor.

La ventaja de la exhibición tradicional viene dada por ser más auténtica y académica, y en el tema del museo está claro, muchos turistas van al museo para ver las reliquias culturales en personas. Algunas informaciones sólo pueden ser entendidas intuitivamente cuando se observan en personas, como el tamaño y el brillo del yelmo siendo éstas, características físicas del elemento turístico. La exhibición tradicional es la base de la aplicación de la tecnología, y la tecnología no puede mostrar el realismo y la viveza de las reliquias culturales. La aplicación de la tecnología puede verse como una mejora y evolución de la exhibición tradicional.

8.2 Debilidad

Esta sección incluye problemas que pueden surgir al implementar la propuesta, como la financiación y la publicidad. En segundo lugar, desde la perspectiva de la función educativa del museo, el museo propuesto puede enfrentar dificultades a la hora de satisfacer las diferentes necesidades de los turistas.

Coste

Todo el proceso de musealización requiere una gran cantidad de fondos, y la parte principal es la construcción del museo, que incluye arrendamiento de espacio, decoración, aplicación técnica, mantenimiento, infraestructura de apoyo, etc. Como museo nuevo, la publicidad temprana y la investigación y desarrollo de productos relacionados también requieren cierto apoyo financiero. El Museo es como una institución y un edificio permanente, requiere un largo período y estrategias adecuadas para recuperar costos.

La falta de la participación de turistas.

No importa cuál sea el método de transmisión de la información, los visitantes son siempre los destinatarios de la información. Una participación insuficiente también puede aumentar el riesgo de fatiga del museo y hacer que el proceso de transmisión de información falle gradualmente.

Hay muchos factores causantes de la baja participación, por ejemplo, para los turistas extranjeros o turistas más jóvenes, porque no comprenden la cultura británica en general, lo que crea obstáculos para visitar los museos. El segundo es la falta de actividades interactivas. La función educativa en el museo no se puede implementar como una escuela, que puede ser guiada con frecuencia y luego recibir retroalimentación a tiempo. Los museos deben aplicar la tecnología y aumentar la cantidad de diseño interactivo, de modo que los visitantes puedan alternar entre receptores y transmisores de información.

Falta de métodos para evaluar la efectividad de la comunicación.

El proyecto de musealización tiene el objetivo que permite que los turistas conozcan el valor de yelmo de manera efectiva a través del aumento el contenido de la información y enriqueciendo de los métodos de comunicación. Desde el punto de vista teórico de la pirámide de aprendizaje, la aplicación de la tecnología aumentará la atención de los visitantes, pero los datos que brinda esta teoría no son lo suficientemente precisos para ser utilizados

directamente como método para evaluar la función educativa del museo. Por lo tanto, el museo debe tener sus propios métodos de prueba. Es difícil diseñar un método de evaluación, los museos no pueden evaluar los logros educativos a través de preguntas y exámenes como las escuelas. El Museo no puede juzgar subjetivamente si los visitantes han obtenido un conocimiento completo de él, se requiere la retroalimentación de los visitantes para obtener métodos de mejora y promoción.

Exhibición única

Si bien la unidad única de la exhibición puede ahorrar costos, concentrar recursos y aprovechar al máximo las ventajas tecnológicas, puede solucionar el problema de la disminución de la atención provocada por una gran cantidad de colecciones que estimulan a los visitantes durante mucho tiempo, pero se puede limitar el desarrollo del museo. El mercado que ocupa el museo también será limitado.

Es difícil competir con otros museos en el mercado turístico, los museos tradicionales tienen ventajas en cuanto a las colecciones, además ellos pueden diseñar diferentes rutas de visita en el museo, o actualizando las colecciones del museo de vez en cuando, para atraer nuevos visitantes o fidelizar visitantes recurrentes para que repitan la visita.

Por otro lado, el valor histórico y artístico contenido en el yelmo también se refleja en otras reliquias culturales anglosajonas del mismo período, en el caso de la musealización independiente, los turistas no pueden realizar comparación

Al ser un museo nuevo con una forma relativamente especial, atraerá un cierto número de visitantes a corto plazo, pero debe tener estrategias y planes a largo plazo para hacer frente a los diversos inconvenientes de la Exhibición única.

Reputación

La popularidad del nuevo museo no se puede comparar con la del Museo Británico, y el número de visitantes que puede atraer es limitado. Aunque el propósito de la musealización individual es permitir que más personas conozcan efectivamente del preciado valor del yelmo, en la etapa inicial, la realización de la función educativa del museo definitivamente no sea la ideal, es un proceso a largo plazo para acumular reputación y construir una imagen. Los

museos tradicionales como el Museo Británico son famosos por sus ricas colecciones e historia. Esto puede decirse que es un defecto fatal para el nuevo museo.

Para solucionar este problema, la operación del museo debe enfocarse, consolidar al máximo sus propias ventajas y aprovechar todos los recursos disponibles en el mercado turístico actual. En el trabajo de propaganda, se debe comunicar el concepto educativo del museo y se deben enfatizar las ventajas técnicas del museo, para atraer a algunos turistas tecnológicamente avanzados.

Personal especial

Para garantizar el funcionamiento normal del equipo científico y tecnológico y la actualización del contenido interactivo, el museo debe estar equipado con personal profesional y altamente cualificado en nuevas tecnologías, que no es necesario para los museos ordinarios. Además de estar familiarizado con diversas facetas del sector, el personal también debe tener un buen conocimiento de las características de Yelmo de Sutton Hoo, para que sean capaces de diseñar nuevas actividades interactivas.

8.3 Oportunidad

De acuerdo con el bagaje cultural del Yelmo de Sutton Hoo y el desarrollo del mercado turístico, tiene un efecto positivo en la implementación de propuestas o en la mejora de la competitividad. Algunas de estas oportunidades son a corto plazo y otras a largo plazo, debiendo el museo utilizarlas de forma racional.

Tecnología

Hoy en día, el rápido desarrollo de la tecnología tiene una influencia positiva en la investigación, valoración y educación de las reliquias culturales, y es de gran importancia para mejorar las funciones del museo.

1. Mejorar la experiencia de los turistas. Debido a las propiedades especiales de las reliquias culturales, pocas personas tienen la oportunidad de observarlas de cerca, pero a través de la tecnología digital, junto con la tecnología virtual de imágenes, se pueden presentar modelos digitales de preciosas reliquias culturales y el propio proceso de restauración de yelmo a los turistas, para que los visitantes puedan tener un entendimiento más intuitivo, evitando así las molestias que ocasionan los conocimientos abstractos o profesionales.

2. Informar al museo más sobre los visitantes. A medida que aumenta la audiencia de los museos, la recopilación, clasificación e investigación de la información de los visitantes se vuelve cada vez más necesaria. Esto no solo es una base indispensable para que el museo mejore la calidad de los servicios a las audiencias, sino también un medio importante para que el museo mejore la eficiencia de las operaciones de exhibición. Permita que los administradores del museo comprendan las tendencias cambiantes en las operaciones y los servicios para que el museo pueda evolucionar con el medio.

3. Hacer que los productos culturales y creativos de los museos sean más específicos. Muchos museos han comenzado a otorgar importancia al desarrollo de derivados basados en colecciones, incluso algunos museos exhiben productos como exhibiciones. El desarrollo de la tecnología moderna también ofrece más posibilidades y opciones nuevas para la experiencia creativa de los turistas. Por ejemplo, la tecnología de impresión 3D puede permitir a los turistas participar en el proceso de diseño de productos.

Mercado internacional

Debido al crecimiento económico de varios países, el avance de la tecnología del transporte y el aumento de la productividad laboral, el turismo internacional ha crecido de manera constante en los últimos años. El museo está estrechamente relacionado con la historia local y la cultura urbana y, como edificio con características locales, suele ser el destino preferido por los turistas.



Gráfico 1, Estadística de nacionalidad de los visitantes del Museo Británico en 2020

El desarrollo del mercado turístico internacional ha traído muchas oportunidades a los mercados turísticos de varios lugares, y los museos también se han beneficiado de él. En las estadísticas durante el año 2019 y 2020 del Museo Británico, las visitas locales representaron solo el 36%, y el número de visitas de turistas internacionales representó el 64%. Según datos de varios otros museos británicos conocidos, como el Museo Real de Greenwich y el Museo de Historia Natural, la proporción de turistas internacionales que visitan es más del 60% (Statistic, 2020). es suficiente para mostrar la importancia del turismo internacional a los museos.

Los museos siempre deben prestar atención al mercado internacional y aprovechar al máximo los cambios en las tendencias del turismo internacional, como la diferenciación del mercado turístico y la demanda turística, el envejecimiento de la población y los problemas de seguridad turística. Realice los ajustes necesarios de acuerdo con estos cambios, a fin de realizar mejor la función del museo.

La demanda de turismo cultural

“En Inglaterra, cultura e historia como el pull factor es la motivación principal de los turistas que ocupa 39.4%”.(Subadra, Sutapa, Sudiarta,Hindiya y Yuni, 2019,11) Yelmo de Sutton Hoo como importante reliquia cultural de la cultura anglosajona, tiene cierta representatividad y se ha convertido en parte inseparable de la cultura británica. Con el desarrollo de la sociedad, la economía y la cultura humana, el nivel de vida de las personas ha mejorado considerablemente. El público ya no se centra en el disfrute de la vida material como solía hacerlo y presta cada vez más atención a las necesidades espirituales y culturales. Su tiempo se dedica al ocio y la cultura. A nivel micro, el museo es portador de valiosos recursos históricos. A nivel macro, el museo es un símbolo del desarrollo cultural. Tiene muchas funciones como difundir la cultura, mejorar la cohesión y promover el desarrollo económico de la región. Es el desarrollo a largo plazo del turismo local, el lugar de la vitalidad.

En respuesta a las necesidades de desarrollo del público en general, el museo ha cambiado su concepto operativo, esforzándose por convertirse en un lugar ideal para que las personas se relajen, entretengan, aprendan de forma independiente y socialicen. Los museos se han convertido en una parte integral de la industria cultural y la industria del turismo. Al mismo tiempo, el mercado del turismo cultural es enorme, con un gran número de participantes, lo que puede brindar a los museos mayores oportunidades de comunicación.

La relación entre el turismo cultural y los museos es inseparable. Los museos están comprometidos con la mejora de la calidad cultural del turismo y el turismo ha aumentado la promoción de los museos. Ambos pueden lograr una situación de beneficio mutuo en el desarrollo cooperativo.

Politica

Hay muchas políticas que brindan orientación y apoyo para la implementación de musealización. Por ejemplo, el Código de Ética para los Museos del Consejo Internacional de Museos (ICOM) establece los valores y principios de los museos, establece normas para el funcionamiento de los museos, la formación del personal y permite a los museos cumplir mejor sus funciones.

Además, existen políticas locales, como la política gubernamental de 2015 a 2020: Los museos y las galerías declararon claramente que los museos nacionales y locales deben recibir apoyo financiero para los servicios y actualizaciones de diseño básico, y deben estar abiertos de forma gratuita (Gobierno del Reino Unido, 2016).

Popularización del inglés

La brecha lingüística en los viajes al extranjero se ha estudiado como una barrera para la comunicación intercultural entre visitantes y anfitriones (Cohen, 2004; Edgell & Haenisch, 1995). Las barreras del idioma están directamente relacionadas con la elección del destino, las actividades y el alcance locales, y la calidad de la experiencia turística. Las barreras del idioma suelen reducir la accesibilidad del destino. En cuanto a la dificultad para obtener información, las barreras del idioma pueden causar muchos inconvenientes a los turistas, especialmente cuando se comunican con los lugareños.

Como idioma más hablado en el mundo, el inglés ofrece nuevas posibilidades para el mercado de viajes y la expansión de los museos en el Reino Unido. En particular, se considera que la cultura anglosajona es el origen del inglés, y el yelmo, como importante patrimonio cultural de la cultura anglosajona, llamará mucha atención.

8.4 Amenaza

Acontecimiento

Durante los últimos dos años, la nueva epidemia de pandemia no se ha controlado de manera efectiva, lo que ha tenido un impacto negativo en la economía. Para garantizar la seguridad de los residentes, muchos lugares han impuesto restricciones a la salida y el mercado turístico ha sufrido un gran impacto. En tiempos de recesión económica, el presupuesto del sector cultural tiende a disminuir. Comparado con el auge económico, esto puede llevar a una reducción de la inversión de las instituciones públicas en el proyecto.

Los acontecimientos tienen otros efectos negativos, por ejemplo, durante la epidemia, el número de turistas nacionales y extranjeros se redujo drásticamente, el desarrollo del turismo fue originalmente una oportunidad para la propuesta, pero su papel se debilitó. Aunque el museo es una institución pública, este tipo de incidente es fatal para el museo, pero debe haber estrategias y los preparativos correspondientes.

Perjuicio de público

Los museos tradicionales suelen tener grandes colecciones, que pueden ser temáticas o completas. La Musealización Individual de Yelmo de Sutton Hoo es un intento relativamente nuevo para el mercado turístico, es muy diferente al museo tradicional. Musealización Individual enfatiza la función educativa del museo. Para una exhibición, se explica desde varias vistas, y la información que reciben los turistas es más compleja y completa. El museo tradicional solo puede tener un párrafo de explicación y exhibición de la exhibición en sí. Por otro lado, la forma en que muestra la información es muy diferente a la de los museos tradicionales, y es posible que el museo tarde un poco en ser aceptado.

Las múltiples motivaciones de visitantes

Incluso si hoy en día los museos se benefician de mejores condiciones de desempeño que antes, ocurre una paradoja. A pesar de los esfuerzos realizados para aumentar la popularidad de los museos, hay menos personas que antes que visitan los museos (Scott, 2003).

Si bien la función educativa es una de las funciones principales del museo, la motivación de los visitantes del museo no es solo la adquisición de conocimientos. El museo debe tener

cierto atractivo y entretenimiento en el mercado turístico, para que los visitantes puedan elegir ir al museo entre muchas actividades turísticas.

Medidas	Puntuación media
Exploración	4,15
Adquisición de conocimientos	4,06
Escapar	4,05
Amistad	3,90
Relajación	4,01

Tabla 2, Puntuación media de la motivación de los turistas(Allan ,2016).

Las motivaciones de los visitantes del museo son variadas. Mencionado en MUSEOS Y TURISMO: MOTIVACIONES DEL VISITANTE Y PARTICIPACIÓN EMOCIONAL (2016): Las cinco motivaciones principales están clasificadas en orden: Exploración, Adquisición de conocimientos, Escape, Amistad y Relajación. Por tanto, para dar pleno juego a la función y misión del museo, además de la educación, es necesario satisfacer otras motivaciones de los turistas.

Saturacion

Según los datos, en 2020, hay un total de 3128 museos en el Reino Unido, incluida Irlanda del Norte, que ocupa el octavo lugar en el mundo. Todo el mercado de los museos está relativamente saturado, lo que significa que los turistas en el Reino Unido ya tienen amplias opciones. Un mercado así no es bueno para los museos de reciente creación. Los problemas que el nuevo museo enfrentará son: el efecto de publicidad no es lo suficientemente obvio, los ingresos no pueden cubrir el costo y los turistas locales ya tienen preferencias relativamente fijas. Ya sea para el establecimiento temprano o para la operación a largo plazo, es un riesgo que no se puede ignorar.

8.5 Estrategia

Según el análisis de DAFO, se han derivado algunos factores externos e internos desfavorables para la implementación de la propuesta. Para factores internos, podemos proponer estrategias para mejorar la integridad y viabilidad de la propuesta, reduciendo así las debilidades. En el caso de factores externos, se pueden adoptar estrategias razonables para reducir el impacto en el proyecto, si se quieren eliminar estas amenazas, el trabajo que se requiere es a largo plazo y más complicado.

Existen algunas deficiencias y amenazas que están directamente relacionadas, como la reducción del gasto público y los altos costos, si se cuenta con una fuente de fondos adecuada, estos problemas se pueden solucionar directamente. Por lo tanto, propondré las estrategias correspondientes desde una perspectiva general, pero la implementación de acciones específicas será más detallada.

El objetivo principal de la estrategia propuesta a continuación es permitir que el museo planteado realice su función y misión, hacer que el valor del Yelmo se utilice plena y razonablemente, resolver algunos de los problemas existentes en el museo original y aumentar la viabilidad de la propuesta.

1 Mejorar los servicios y productos del museo, subdividir los tipos de servicios y productos, hacerlos más específicos y satisfacer las necesidades de los diferentes grupos de edad en función de las motivaciones.

2 Desarrollar estrategias y planes para recaudar fondos y organizar su implementación. Según las necesidades de las diferentes etapas de la musealización, la fuente de fondos para la construcción del museo puede ser diferente.

3 Planteamiento de sensibilización para que los visitantes puedan aceptar este formato de museo lo más rápido posible y despertar el interés de los visitantes potenciales, se debe concretar un plan de marketing, basado en las características del museo y los antecedentes de Yelmo de Sutton Hoo.

4. Con el fin de enriquecer los contenidos del museo, de vez en cuando se realizan actividades interactivas para cultivar la participación de los turistas.
5. Diseñar un cuestionario para que los visitantes evaluarán la función educativa del museo.

8.5.1 Producto y servicio

Los productos del museo son un portador importante de la combinación de cultura de colección y cultura moderna, y también es una de las formas en que la gente contemporánea puede comprender mejor el museo. Las personas que compran productos culturales y creativos son difusores de la cultura del museo, difundirla entre la sociedad y aumentar la amplitud y profundidad de la propaganda cultural temática del museo. Los productos culturales deben satisfacer las necesidades de las personas en diferentes niveles, como la belleza del producto, los elementos de diseño y la practicidad. Los productos culturales del museo nuevo se centrarán no sólo en la apariencia y la función, sino, lo que es más importante, en las características culturales de la colección que llevan sus productos, el diseño del producto deberá combinar las características y valores del Yelmo.

Los servicios del museo nuevo se podrán dividir en dos aspectos: servicios empresariales y servicios convenientes para los visitantes, que tienen un impacto positivo en la experiencia de los visitantes. Además de la construcción de diversas infraestructuras y servicios de consultoría, la información de las exhibiciones debe ajustarse según los diferentes visitantes., como proporcionar Braille para discapacitados, explicar en diferentes idiomas a los turistas extranjeros y proporcionar a los niños métodos de aprendizaje más fáciles de entender: animación o juegos de temática anglosajona.

8.5.2 Coste

Los fondos son la fuente de todas las actividades económicas y son vitales para el desarrollo del museo, también es un tema clave que necesita ser resuelto en el proceso de musealización. El museo es una institución cultural de bienestar público sin fines de lucro con altos costos operativos. Los lugares de exposición, el mantenimiento y la gestión de las exposiciones requieren una gran inversión de fondos. Sin embargo, muchos museos carecen de una fuente

de ingresos y es difícil lograr un equilibrio entre ingresos y gastos, lo que afecta directamente a la escala y la calidad del desarrollo de la sala de exposiciones e incluso es difícil de mantener. La fuente tradicional de fondos para los museos es simple. Con la exploración y expansión continuas de toda la industria de los museos, los canales de financiación de los museos han mostrado una tendencia de desarrollo diversificada.

En el caso de un entorno económico desfavorable y una contracción del gasto público, los fondos iniciales pueden resolverse mediante el financiamiento de los comerciantes. El museo obtiene parte de los beneficios vendiendo productos culturales relacionados con los cascos. También puede seguir el método de financiación del Museo Británico: recaudar fondos mediante la emisión de lotería.

O bursatilización de activos basada en la venta de boletos: Con base en el flujo de efectivo generado por los boletos, el apoyo al reembolso y la mejora crediticia se brindan de manera estructurada y, sobre esta base, las actividades comerciales de la emisión adicional de valores respaldados por activos. Como producto final de las actividades de titulización de activos, los valores respaldados por activos están respaldados por el flujo de caja de la cartera de activos como apoyo al reembolso. Hay principalmente títulos respaldados por activos en bonos y títulos respaldados por activos con derecho a ingresos(Sun,2014,17).

8.5.3 Sensibilización

El marketing es un componente importante de la sensibilización de los contenidos y juega un papel importante en la promoción del desarrollo de los museos. Los museos deben aumentar su visibilidad y competitividad a través del marketing, de modo que el mercado pueda aceptar esta forma especial de construir un museo separado, para lograr beneficios económicos y sociales.

En primer lugar, comprenderá completamente el mercado, y determinar el público objetivo es el requisito previo para la base de la estratégica. Debido a los diferentes factores subjetivos, como el nivel de educación personal, el entorno de vida, la ideología, etc. La aceptación y la demanda del museo de Yelmo de Sutton Hoo también variará. Por ejemplo, el grupo objetivo se puede dividir en turistas de países anglosajones, incluidos turistas del Reino Unido y otros países de habla inglesa. Estas personas tienen un cierto nivel de conocimiento de la cultura

anglosajona. Para estas personas, el contenido puede enfocarse sobre la integridad de la información, la nueva experiencia que puede aportar la tecnología, etc. Para otros visitantes, puede enfatizar la diferencia entre el museo y el museo tradicional, y la importante posición de la cultura anglosajona en la historia mundial.

Posicionamiento de marca personalizado. El propósito es establecer una imagen de museo reconocible en el mercado. La diferencia entre este museo y otros museos es: Primero, yelmo es reconocible como una reliquia cultural anglosajona. En segundo lugar, el museo tiene mejores funciones educativas que los museos tradicionales y los métodos educativos son más completos. El museo utiliza esto como base para la diversificación, da pleno juego a su valor y realiza operaciones diferenciadas.

Por otro lado, creará una identidad de marca única para el museo nuevo, y utilizará la imagen de yelmo como diseño básico de la marca del museo para brindar garantías para la promoción de la imagen y el diseño de productos culturales; también se debe prestar atención a la gestión de la marca y la gestión de la propiedad intelectual del museo debe fortalecerse para garantizar la apreciación del valor de la marca y para promover el desarrollo sostenible del museo.

Además del marketing, la otra parte de la sensibilización es la organización de diversas actividades, que no solo permitirán que las personas aceptarán el museo lo antes posible y se darán cuenta del importante valor de yelmo, sino que también permitirán que las personas desempeñen un papel más activo:

1. Mantenerse en contacto con otros museos relacionados con la cultura anglosajona. Puede tomar prestadas reliquias culturales relacionadas con el Yelmo de Sutton Hoo en estos museos para exposiciones, aprovechar al máximo las ventajas técnicas del museo, enriquecer el contenido expositivo del museo y resolver el problema del contenido y exhibición simple del museo, brinda la posibilidad de fidelizar a los visitantes, y también ayuda al museo a construir la imagen de marca de la cultura anglosajona y atraer más visitantes.

2. Asistir habitualmente a algunos colegios para realizar diversas actividades de conferencias, y diseñar las rutas y otras actividades. Por un lado, cumpliendo con la responsabilidad social del museo y realizando actividades educativas fuera del museo. Por otro lado, estas

actividades pueden hacer que los niños se interesen por los museos. En las actividades familiares, el papel de los niños suele ser iniciador, por lo que los niños pueden impulsar el crecimiento del número de visitantes.

Dentro del museo, se pueden diseñar específicamente algunas actividades para niños, como la simulación de excavación y restauración de fragmentos de yelmo, realización de dibujos y rompecabezas sobre los diseños del yelmo, para incrementar su participación.

3. Las actividades diseñadas para adultos pueden ser más profesionales, como seminarios sobre elementos de diseño de cascos, debates sobre la historia anglosajona pérdida, colección de temas de museos basados en el diseño de productos, o la cultura anglosajona como tema, o más técnicas como su fabricación : forja de metales. concursos de fotografía con cascos.

8.5.4 Incrementar el sentido de participación

Con el fin de permitir que el público reciba mejor la información cultural, el museo nuevo comenzará a otorgar importancia a su sentido de participación y al desarrollo en profundidad de las funciones educativas, para que los visitantes puedan tener una mejor experiencia durante la visita. El concepto de diseño se transformará del original a objetos orientado a las personas, y la interacción se utiliza cada vez más como medio de exhibición en el diseño de exposiciones de los museos.

Las actividades interactivas se dividen en tres partes, la primera parte es la interacción entre humanos y máquinas. En esta propuesta, el diseño de aplicaciones tecnológicas no deberá limitarse a enriquecer los métodos de difusión de información. En vista de la falta de actividades en el museo que permitan a los visitantes tener un sentido de participación, el museo nuevo puede diseñar algunas actividades interactivas basadas en la experiencia de la audiencia. El diseño de estas actividades se basará principalmente en equipos electrónicos como proyección, sensores infrarrojos e imágenes multimedia, y los visitantes de todas las edades pueden experimentarlo. El diseño de esta parte deberá seguir el tema del museo, en torno a yelmo. Por ejemplo, según datos históricos, para restaurar el proceso de fundición yelmo y la artesanía compleja, los visitantes podrán elegir un diseño de patrón, material o forma según sus preferencias para diseñar un casco perteneciente a la cultura anglosajona.

La segunda parte es la interacción entre las personas y el entorno, utilizando dispositivos para crear un contexto visual que puede hacer que el espectador perciba y mejore el atractivo de la exposición. Por ejemplo, en el museo, se podrá restaurar las escenas de historia de acuerdo con los cambios en la función de yelmo, para que los visitantes se sientan cómo dentro de la escena.

La tercera parte es la interacción entre las personas. El museo nuevo deberá brindar oportunidades para la comunicación. La interacción suele ser bidireccional y el comportamiento del espectador durante la visita también tendrá un impacto en otros espectadores, que el museo puede utilizar inteligentemente para diseñarlo como un comportamiento interactivo. Por ejemplo, en la primera parte del evento, el museo podrá guardar las obras diseñadas por los visitantes y permitirá que otros visitantes las vean y comenten, aumentando los atributos sociales y el interés del evento.

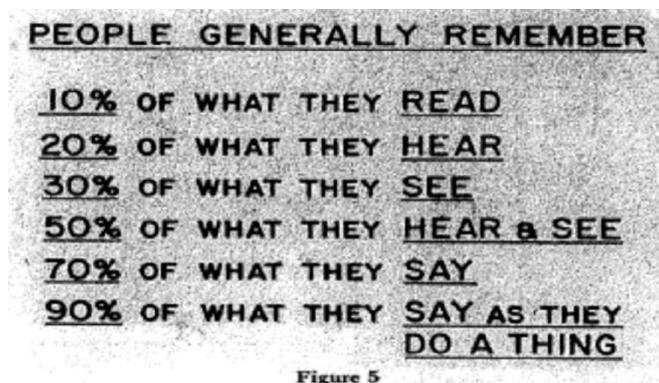


Imagen 6, explicación de triángulo de estudio

En el diseño de interacción, además de la parte del juego con propósito de entretenimiento, también se podrán diseñar algunas actividades para que los visitantes se convertirán en la parte de salida de información, de modo que los visitantes puedan digerir y procesar la información que han recibido previamente. Según la pirámide de aprendizaje, esto puede hacer que el aprendizaje sea más eficiente.

9. Viabilidad y opción alternativa

De acuerdo con el análisis anterior de DAFO y algunos de los métodos propuestos para hacer frente a la debilidad y amenaza, se haya mejorado en cierta medida la viabilidad de la propuesta, lo que puede permitir al museo desempeñar una mejor función educativa y hacer que el conocimiento de yelmo ser entendido completamente por los turistas.

Teóricamente, la musealización individual resolverá los problemas de información imperfecta, fatiga de los museos y método único de transmisión de información en el caso del Yelmo, pero aún existirán algunos riesgos e incertidumbres. Por ejemplo, el museo planteando tiene una sola exhibición, el mayor riesgo de todo el proyecto es que este formato no sea aceptado por el público. Aunque las contramedidas se han propuesto antes, como la publicidad selectiva, el tomar prestadas otras reliquias culturales anglosajonas para enriquecer los contenidos del museo a corto plazo, el resultado es impredecible, porque ningún museo tiene un enfoque similar en la realidad.

Si los proyectos individuales de musealización no pueden atraer turistas de manera efectiva a largo plazo, será un gran desperdicio de recursos culturales y sociales, y ni siquiera cubrirá el costo total de la musealización. Para optimizar la función educativa del museo y permitir que el yelmo se utilice plenamente como recurso cultural, la idea de un museo único independiente puede ser demasiado arriesgada y carecer del apoyo de la experiencia práctica. Por tanto, se propone una solución de compromiso o una solución experimental.

Yelmo se exhibirá por separado en forma de exposición temática, conservando el diseño de la propuesta anterior, pero la ubicación se ubicará dentro del Museo Británico. El lugar de la exposición y varias instalaciones de hardware técnico se podrán reutilizar. La ventaja de esto es que, con la ayuda de la reputación del Museo Británico, podrá atraer a un gran número de visitantes, obtendrá sus comentarios y comprenderá la aceptación del público de este método, a fin de medir la viabilidad de la propuesta. Hay otras reliquias culturales anglosajonas en el Museo Británico, que son convenientes para que los turistas las visitarán y compararán. En segundo lugar, los intentos experimentales podrán reducir el desperdicio de recursos y costos.

La desventaja es que aumentará el riesgo de fatiga del museo, riesgo inevitable debido al problema de ubicación e indirectamente reducirá la eficiencia del aprendizaje de los visitantes.

Este esquema alternativo podrá reducir en gran medida el riesgo, y la mayoría de ellos siguen las ideas básicas de la propuesta, y su viabilidad podrá evaluarse desde una perspectiva muy real.

10. Conclusion

La propuesta para una musealización individual es establecer un museo separado para el Yelmo de Sutton Hoo. Esta solución podrá resolver eficazmente la fatiga del museo en el caso del Museo Británico, la información incompleta y el método único de transmisión de información. El museo planteado podrá realizar mejor la función del museo.

Después del análisis FODA, aunque esta propuesta de musealización separada tiene muchas debilidades y amenazas, mediante la implementación de las estrategias correspondientes, la mayoría de los impactos negativos, como los problemas de costos y la falta de participación de los turistas, podrán eliminarse. Sin embargo, considerando que el museo no se puede medir la aceptación pública antes de implementar la propuesta, y no teníamos suficiente experiencia para reconocer el alcance de su impacto en la musealización individual, finalmente ponemos sobre la mesa una una solución práctica: exhibir por separado en forma de una exposición” Yelmo de Sutton Hoo”. Por otro lado, es recoger la aceptación de los visitantes sobre esta forma de exhibición, y por último, reducir el riesgo de desperdicio de recursos sociales.

BIBLIOGRAFIA

Cross, Cinzia Mancini ;F, Kenneth; Backman y Baldwin, Elizabeth Dennis (2009) The Effect of the Language Barrier on Intercultural Communication: A Case Study of Educational Travel in Italy, *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, vol. 2, pp. 104-123

D.G. Treichler (1967). Are you missing the boat in training aids? *Indiana University. Film and Audio-Visual Communications*, vol.1, pp. 14-16, 29-30, 48.

Deng Cuiju y Liu Zhaoji. (2001). Symmetry beauty of number and figure. *Prensa de ciencia y tecnología de Zhejiang* Recuperado de:

<http://61.134.53.202:81/refbook/detail.aspx?recid=R2006062360005498&db=CRFD&DicId=R200606236>

Último acceso: 19/5/2021

De la Torre, Marta (2014). *Assessing the Values of Cultural Heritage*. The Getty Conservation Institute

Recuperado de:

https://www.getty.edu/conservation/publications_resources/pdf_publications/pdf/assessing.pdf

Último acceso: 11/5/2021

Horsfield, Giles (2020). *Travel trends: 2019*. Office for National statistic

Recuperado de:

<https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/leisureandtourism/articles/traveltrends/2019>

Último acceso: 22/3/2021

Huang Xiaodi y Zheng Weidong. (2020). *Información y educación multimedia*. Universidad Normal del Sur de China.

Recuperado de: <https://www.cnki.com.cn/Article/CJFDTotál-WYDH199501016.htm>

Último acceso: 11/5/2021

H, Maryon (1947). The Sutton Hoo Helmet. *Antiquity*, vol. 23, pp. 137-144.

Mamoon, Allan y Altal, Yazan (2016). MUSEUMS AND TOURISM: VISITORS MOTIVATIONS AND EMOTIONAL INVOLVEMENT. University of Jordan. *Mediterranean Archaeology and Archaeometry*, vol. 16, pp.43-50

Porta Vales, Anastasia . y Mato Carrodegua, Maria Carmen(2016). Preferencias y necesidades del profesorado o acompañante de grupo que visita un Museo Interactivo de Ciencias. *Revista Eureka sobre Enseñanza y Divulgación de las Ciencias*. vol. 13, pp. 511-526

R. L. S. Bruce Mitford..(1950). The Sutton Hoo Ship-Burial. *Suffolk Institute Of Archaeology and Natural History*..vol. 25, pp.25-30

Shen, Jinlian (2009). Reflexiones sobre la diversificación de los métodos de aprendizaje. *Guía de innovación en educación científica*.vol. 22, pp. 41-43

S, Hawkes (1961). II.—The Jutish Style A. A Study of Germanic Animal Art in Southern England in the Fifth Century A.D. *Archaeologia*, pp. 29-74

Soldatenko, Daria (2018). A content analysis of cross-cultural motivational studies in tourism relating to nationalities.*University Australia*. vol. 38, pp.122-139

Shen,Liu. (2013). Análisis de la estrategia de marketing de la marca del museo. . *Museo Marítimo de China*. pp. 66-67

Xiangyi,Han. (2017). Investigación sobre el diseño de productos creativos culturales de museos. *Yihai*

Recuperado de:

<https://wenku.baidu.com/view/2c8c15e3793e0912a21614791711cc7930b7787d.html?re=view>

Último acceso: 11/5/2021

Z, Jingjing (2017). La importancia de la construcción de sitios web de museos. Museo de Tianjin

Recuperado de: <https://www.docin.com/p-751853941.html>

Último acceso: 11/5/2021