

Colección de
Estudios y
Gestión
Cultural

**El museo como
organización
sostenible.
Escenario de la
divulgación de la
cultura**

Autores

*Martha Isabel Tovar
Melba Cecilia Serrano Gómez*



Catalogación en la fuente: Biblioteca Universidad EAN

El museo como organización sostenible. Escenario de la divulgación de la cultura

[Recurso electrónico] / Martha Isabel Tovar, Melba Serrano.
-- Bogotá : Universidad EAN, 2012. -- (Colección Estudios y Gestión Cultural)

49 p.

ISBN: 978-958-756-188-3

1. Administración de museos 2. Administración cultural I. Serrano, Melba

069 CDD 21



Edición

Dirección Gestión del Conocimiento

Revisor Estilo
Jhony Caicedo

Diagramación
Ximena Rodríguez L.

Publicado por Ediciones EAN 2013.
Todos los derechos reservados.
ISBN: 978-958-756-188-3

© Universidad EAN, Carrera 11 No. 78-47 Bogotá D.C., Colombia, 2013
Prohibida la reproducción parcial o total de esta obra sin autorización de la Universidad EAN®

Producido en Colombia.

Contenido

1.	Historia del museo.....	7
-----------	-------------------------	----------

2.	Conclusiones.....	39
-----------	-------------------	-----------

3.	Autoevaluación y comentarios al proyecto terminado.....	43
-----------	---	-----------

4.	Comentarios y análisis de la etapa realizada.....	45
-----------	---	-----------

	Bibliografía.....	47
--	-------------------	-----------

Introducción

Introducción

Se realizó la revisión general del origen de los museos a través de la historia, donde es clara la tradición de su carácter dependiente y subsidiado desde entidades estatales o fruto de esfuerzos familiares, aquí se hace referencia a varios de los museos colombianos, que servirán de modelo de gestión a futuro.

De igual forma, se hace una reseña de la normatividad actual en el contexto colombiano, así como, de las políticas culturales que más han influido en la evolución de las organizaciones museísticas. La implementación de políticas culturales, han influenciado el desarrollo de los museos como organizaciones culturales. Se inició la búsqueda de estrategias de prestación de servicios como una alternativa de consecución de recursos propios y por lo tanto, la sostenibilidad de su operación. Buscar la organización de los museos en red, significó un ejercicio en busca de otras formas de administración.

Igualmente, se presenta la tabulación e interpretación correspondiente de la información obtenida por medio de las entrevistas realizadas a los directores y administradores de los museos escogidos en la muestra para el desarrollo del presente proyecto. Se identificaron cuatro redes que agrupan cerca de 51 museos, salas de exposición y centros culturales; por tal razón se procedió a realizar una adaptación del instrumento que originalmente se diseñó para la recolección de información dirigida al museo; de tal forma, que se consolidaran los datos suministrados por quienes lideran el trabajo en dichas redes.



Historia del museo

El origen del museo, como un tipo de institución cultural, se puede remontar a la antigüedad clásica. Hacia el año 290 a.c, cuando reinaba Tolomeo I Soter en Egipto, se instituyó en Alejandría, el primer museo. Consistía en un centro de reunión intelectual donde acudían los sabios a discutir sus conocimientos. El lugar estaba bajo el patrocinio de las musas, por las que se le dio el nombre de museo a la institución así conformada y en la que al mismo tiempo se podían admirar obras de arte de la época.

Desde la creación de este museo de Alejandría, subvencionado por el faraón, hasta el siglo XIX, se puede afirmar que no existieron otros; solamente grandes colecciones pertenecientes a la nobleza o a las comunidades religiosas. Por esta razón, algunos determinan el origen de los museos con la colección de los exvotos¹ de los templos griegos, ya que era necesario para el ciudadano común que quería conocerlas, pagar unas monedas a la entrada.

¹ Los exvotos son imágenes, negativos positivados en figuras de bronce. Este tipo de figuras recoge un amplio abanico de representaciones, desde figuras masculinas o femeninas: desnudas o vestidas, a caballo, armadas, suplicantes, oferentes,... hasta partes del cuerpo o animales. De esta forma los broncees figurados nos permiten una lectura clara de la sociedad que los produjo: nos permiten acercarnos, sobre todo, a las formas de ostentación y representación de los individuos representados en cada exvoto, a sus formas de aproximarse y mostrarse ante la divinidad..." (los exvotos de bronce).

Es precisamente, bajo los ideales de la ilustración, cuando las colecciones patrocinadas por los monarcas o príncipes se convirtieron en museos. A partir de ese momento, el museo ya no es solamente para recreo y satisfacción del coleccionista, sino que la conservación y presentación de las series sirve también para que las aproveche el público en general, tanto el entendido en la materia, como el que no lo sea y tendiendo a favorecer más a este último, porque le es más difícil alcanzar el conocimiento del tema por otras vías.

Sin embargo, hasta el siglo XX, y casi se podría decir, que hasta después de la segunda Guerra Mundial, no se llegó a determinar la misión del museo en la sociedad. Hoy se entiende que un museo es un lugar, usualmente cerrado, en el que se guardan colecciones de objetos con el fin de estudiarlas y exponerlas. Tales objetos pueden ser los más dispares y pueden provenir también de cualquier punto de la tierra y ser de las épocas más antiguas, hasta tener muy pocos años de haber aparecido. Lo anterior, sería el caso de un museo general como el Louvre, en París.

Pero lo más frecuente, es que cada museo tenga reducido su campo de acción a unas colecciones determinadas, como ocurre con el museo Del Prado, en Madrid, dedicado exclusivamente a la pintura o el caso del MOMA de Nueva York, limitado al arte moderno.

Existen variedades de museos, sean regionales o locales, técnicos, etnográficos, arqueológicos, navales, históricos, militares, diocesanos. El personal y los servicios del museo dependen tanto en número como en especialización, de la categoría del mismo. En líneas generales, el personal debe estar formado por profesionales o conservadores, auxiliares y un suficiente número de vigilantes. Mientras que los servicios deben comprender un almacén, salas de exposición, laboratorio de restauración, laboratorio de fotografía, biblioteca, salas de conferencias, despacho para el personal técnico y auxiliar, así como para investigadores.

La museología es la ciencia, de creación reciente, que estudia la manera de resolver todos los problemas que plantea un museo en sus tres misiones fundamentales: conservación, investigación y

docencia. Por otra parte, se ha instituido dentro de la UNESCO un concejo internacional de museos ICOM que estudia y regula todos los aspectos relacionados con los museos. La definición dada desde esta instancia es: “Un museo es definido en el artículo 2, parágrafo 1, de los Estatutos del Consejo Internacional de Museos, como una institución permanente, sin fines lucrativos, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, y que efectúa investigaciones sobre los testimonios materiales del ser humano y de su medio ambiente, los cuales adquiere, conserva, comunica y exhibe, con propósitos de estudio, educación y deleite” (Código de ética profesional de los museos ICOM).

1.1

Museos de Bogotá

Remitiéndonos al contexto de la ciudad de Bogotá, donde se desarrolla el presente proyecto, la historia de algunos de los museos nos permite constatar la visión ilustrada de nuestros próceres, que a miles de kilómetros de Europa, replican el ejemplo de manera simultánea con el Museo Nacional.

1.1.1 El Museo Nacional de Colombia

La preparación ilustrada de nuestros próceres hace, que por ley del primer Congreso de la República, (28 de Julio de 1823), sea fundado, el Museo Nacional de Colombia y por tanto se constituye en el más antiguo de los museos del país. Dedicado a la conservación y divulgación de las obras producidas en nuestro territorio, desde los muiscas hasta las obras de los maestros Alejandro Obregón y Fernando Botero, como representantes del siglo XX.

Cuando Francisco de Paula Santander lo declaró oficialmente creado, el Museo Nacional se instaló inicialmente en la Casa Botánica, que albergaba la colección de historia natural reunida por José Celestino Mutis. El Museo Nacional de Colombia, a lo largo de su historia ha

ocupado diversas sedes. Desde su fundación y hasta 1842 ocupó la antigua Casa Botánica -hoy desaparecida-; de 1845 a 1913; el edificio de la Aulas -actual Museo de Arte Colonial-; de 1913 a 1922; el Pasaje Rufino Cuervo -hoy desaparecido-; de 1922 a 1944, el edificio Banco Pedro A. López -hoy Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural-; y de 1948 hasta la fecha, las instalaciones de la antigua Penitenciaría Central de Cundinamarca, conocida como Panóptico.

La Penitenciaría, diseñada por el arquitecto constructor Thomas Reed en la década de 1850 y construida a partir del 1 de octubre de 1874, fue la prisión más importante del país durante casi 72 años. Pero, en 1946 quedó pequeña para sus funciones y los presos fueron trasladados a la nueva Cárcel de la Picota y el Gobierno destinó el edificio para albergar el Museo Nacional. Como el edificio reúne valores arquitectónicos e históricos, el Gobierno lo declaró Monumento Nacional el 11 de agosto de 1975.

En octubre de 2009, el Gobierno Nacional intervino para dar paso a la ampliación del museo, con los predios del Colegio de Mayor de Cundinamarca. “Según la resolución 2004 del 2009, emitida el 6 de octubre pasado, el proceso de negociación para que la Nación adquiriera la totalidad del lote, ubicado entre las carreras 5a. y 7a. y calles 28 y 29, se acelera con miras a la ampliación del Museo Nacional, hecho catalogado por el documento como de interés público” (El tiempo)².

Concebido inicialmente como un organismo de promoción y difusión de las ciencias naturales, inició sus colecciones con las plantas, animales y objetos, que acopió la Expedición Botánica, así como otras piezas arqueológicas, históricas o artísticas.

Entre los años 1989 y 2001 se adelantó el Proyecto de Restauración Integral del Edificio, que culminó el primer semestre del 2001 y fue inaugurado oficialmente el 28 de julio con la apertura de la totalidad de

² Estudiantes Se Oponen A Proyecto De Ampliación Sigue Lío Por Planes Del Museo Nacional.

las salas de exhibición del Museo. El Ministerio de Cultura le asignó la función de liderar la gestión de todos los museos a partir de la Red Nacional de Museos.

1.1.2 Museo de Arte Colonial

Es uno de los once museos que pertenecen al Ministerio de Cultura; ubicado en el centro histórico de Bogotá, ocupa dos casas: la de Las Aulas y la casa de Los Párrocos, construidas a comienzos del siglo XVII como parte del conjunto jesuítico que comprendía la iglesia y el Colegio Máximo de la Compañía de Jesús. Se inauguró como museo el 6 de agosto de 1942, donde se conservan y exhiben piezas del período colonial; en sus salas, se encuentra la mayor cantidad de obras (cerca de 160 pinturas y dibujos) de Gregorio Vázquez Ceballos, uno de los más importantes pintores del período colonial.

Actualmente, la iglesia Museo de Santa Clara depende de la dirección del Museo de Arte Colonial, se prevé que en un futuro no muy lejano, formará parte complementaria del guión museístico, como temática colonial religiosa, debido a su cercanía espacial.

1.1.3 Museo del Oro del Banco de la República

El 22 de diciembre de 1939, en pleno auge del Muralismo Mexicano y su rescate de la identidad indígena, el Banco de la República, compró un objeto de oro, era un poporo quimbaya, pieza representativa de la orfebrería prehispánica, que dio origen al Museo del Oro. Más allá de la compra del Poporo había una clara preocupación oficial por proteger la riqueza del patrimonio nacional. En marzo del mismo año, ya el Ministerio de Educación le había recomendado oficialmente al Comité Ejecutivo del Banco de la República, que tratara de comprar y preservar los objetos de oro y plata de fabricación indígena. La Colección fue creciendo con rapidez y la Sala de Juntas le quedó pequeña y, en 1959 fue instalada en una gran sala del Edificio Pedro A. López; en esa época, el museo contaba con 7.200 objetos de orfebrería y 300 de cerámica.

El Museo del Oro pasó en 1968 a un nuevo edificio construido específicamente para albergarlo. Diseñado bajo un concepto modernista por la firma de arquitectos Esguerra, Sáenz, Suárez, Samper. Se le otorgó el primer premio en la IV Bienal Colombiana de Arquitectura en 1970. En este edificio, los objetos con mayor cantidad de oro en la aleación, eran exhibidos dentro de la Bóveda, espacio con una puerta de caja de caudales, que daba al público la sensación de estar en la bóveda de la reserva general del tesoro nacional.

En 1971, se inicia la Fundación de Investigaciones Arqueológicas Nacionales del Banco de la República. Creada con el fin de estimular y apoyar proyectos de exploración del patrimonio arqueológico colombiano, entre estudiantes de último año de carrera o recién graduados de las universidades, la Fundación ha mantenido desde el principio estrecha coordinación con el Instituto Colombiano de Antropología, los departamentos de antropología de las universidades, el Museo del Oro y otras instituciones. Hasta 1998 la Fundación había patrocinado más de 220 proyectos y publicado más de sesenta monografías y un Boletín de Arqueología que se acercaba a las cincuenta ediciones.

El Museo cuenta hoy con un grupo de antropólogos de planta que con sus propias publicaciones, mantienen un ritmo permanente de investigación y proporcionan apoyo técnico a las labores del Museo en la conservación y restauración de las piezas de todo género, que forman parte de las colecciones. Esto incluye a los objetos de tumbaga³, sujetos a deterioro por factores como la oxidación, la corrosión y los cambios mecánicos.

Tras cumplir 60 años de labores, el Museo del Oro finalizó un proceso de ampliación y renovación de la exposición permanente y de la planta física. Bajo la conducción de Germán Samper, uno de los arquitectos del edificio original, se duplicó el área de exhibición de la colección permanente en los niveles segundo y tercero, la sala de exhibiciones temporales pasó de un área de 110 metros cuadrados a una de 450.

³ Aleación metálica muy quebradiza, compuesta de oro y de igual o menor cantidad de cobre, que se emplea en joyería.

El Museo se concibió como un centro cultural, en él, los visitantes encuentran restaurante y café, talleres dirigidos al público infantil y juvenil, sala de consulta de multimedios, y una sala de exploración didáctica. La Sala de la Ofrenda, reemplaza a la Bóveda, y es un evento que destaca la función que tuvieron muchas piezas como ofrenda (exvotos) para la preservación del equilibrio del universo. Se trasciende de Tesoro Fortaleza a experiencia cósmica.

1.1.4 Museo Arqueológico Casa Marqués de San Jorge

Lo encontramos en la casa del único Marqués habitante de la antigua Bogotá; edificación representativa de la arquitectura colonial santafereña, con detalles de pintura mural encontrados en la restauración realizada en 1994 por el Banco Popular, entidad a la cual pertenece este museo.

El Museo posee dos colecciones: una de arte colonial, con obras de uso religioso y doméstico de los siglos XVII al XIX, y otra de cerámica precolombina, organizada a partir de la cerámica figurativa; en los temas de poder, muerte y medio ambiente. Entre la muestra se encuentran piezas de las culturas que habitaron el territorio nacional: Tayrona, Muisca, Guane, Río Magdalena, Quimbaya, Calima, Nariño, Sinú, Tumaco y Cauca.

En sus instalaciones, además de la conservación y exhibición de sus colecciones, se ofrecen servicios complementarios de exposiciones permanentes y temporales, librería y actividades didácticas. El Museo ha editado varias colecciones de libros sobre cerámica precolombina y temas históricos.

1.1.5 Museo Quinta de Bolívar

La Quinta alojó a Simón Bolívar durante 423 días, la estancia más prolongada que haya tenido el Libertador durante su vida adulta, en sitio alguno. Este hecho le confiere un valor histórico, que se suma a su valor arquitectónico, al ser la única casa de campo que subsiste desde antes de la Independencia.

En 1919 es adquirida por la Sociedad de Mejoras y Ornato, entidad que la administró hasta 1968. La actual casa Museo Quinta de Bolívar, fue reinaugurada el 7 de julio de 1998. El recorrido temático se inicia con la gloria del Libertador, sus momentos de pasión y euforia, continuando con la llegada de Manuelita Sáenz a su vida y el surgimiento de las dificultades políticas, y finaliza con su quebrantamiento físico y moral, tras el atentado contra su vida, y con su despedida definitiva de la Quinta.

En este museo, uno de los once que pertenece al Ministerio de Cultura, se ofrecen servicios de pinacoteca, café - libro, visitas guiadas y servicios educativos. El Ministerio de Cultura unió bajo una misma dirección La Quinta de Bolívar y el Museo de la Independencia.

1.1.6 Maloka

Está constituido como una corporación mixta sin ánimo de lucro, regida por el derecho privado, con inversión de las entidades del Gobierno Nacional y distrital, de empresas privadas y personas naturales.

Es considerado el mayor centro interactivo de ciencia y tecnología del país. Fue creado por iniciativa de la Asociación Colombiana para el Avance de la Ciencia -ACAC-, como una estrategia para aproximar los conceptos de ciencia y tecnología a la cotidianidad de los colombianos, y en especial a los docentes y escolares de todos los niveles. Su misión es contribuir a la aproximación social de la ciencia, la tecnología y al cambio hacia una cultura basada en el conocimiento, incorporando la tecnología y los procesos productivos, dentro de un marco de desarrollo sostenible.

Maloka posee 10.000 m² de exposiciones interactivas, un cine domo de pantalla gigante, nueve salas temáticas, café Internet, y áreas de recreación y servicio que reciben más de 2.000 visitantes diarios.

El Centro Interactivo genera 273 empleos directos y 4.000 indirectos en varias ciudades del país, hasta hoy, se han desarrollado 32 tesis de grado y un sinnúmero múltiples investigaciones pedagógicas para

aplicarlas en el desarrollo de su parque interactivo y en los cinemas, que atraen al público escolar de la ciudad.

La corporación Maloka subsidia al 50% de sus visitantes que son de los estratos uno y dos. Se ha caracterizado por estar siempre en cambio y con una visión extraña a nuestra cultura, tiene como política para minimizar el gasto, hacer mantenimiento constante a toda su construcción, incluidas las oficinas.

1.2

Revisión del marco legislativo

1.2.1 Legislación internacional

El Código de deontología del ICOM, representa una norma mínima para los museos. Contiene una serie de principios basados en directrices sobre las prácticas profesionales que se deben aplicar.

En determinados países algunas normas están contempladas en la ley o en un reglamento nacional; en otros, las directrices y una evaluación de estas normas profesionales se proporcionan en forma de acreditación, registro o un sistema similar de evaluación. Cuando no existen a nivel local, pueden obtenerse por medio de la Secretaría del ICOM o del Comité Nacional o Internacional apropiado. Representa una referencia para los gobiernos nacionales y a las organizaciones especializadas vinculadas a los museos que buscan desarrollar normas complementarias

Estar afiliado al ICOM y pagar su cotización anual significa aceptar el Código de deontología del ICOM para los museos. Este código, se menciona aquí, ya que existe ICOM COLOMBIA, con afiliados como el museo Nacional, el Museo del Oro y el Museo de la Salle; actualmente buscan crear el consejo nacional de acreditación para los museos, pues el interés está en darle a cada uno la categoría que merece, pues

en nuestro país existen muchas salas de exhibición, que ostentan el título de museos sin cumplir muchas de sus funciones.

Respetar el Código es esencial para la defensa del patrimonio cultural nacional porque ayuda a prevenir desapariciones de objetos conservados en las bodegas de los museos y a certificarle al público que las exhibiciones contienen sólo objetos adquiridos legalmente. De esta manera, el mercado negro se mantiene únicamente con las transacciones ilegales de coleccionistas privados. Aunque, en Colombia no es suficiente el código, ni las leyes de protección al patrimonio, si hacemos caso a la noticia: “Y se robaron otra pintura. Después del escándalo que produjo el robo de un Goya en la Fundación Gilberto Álzate Avendaño, la semana pasada el Ministerio de Cultura lanzó una alerta por la desaparición de la pintura de caballete de la época colonial Martirio de San Simón Apóstol, de autor desconocido, que fue sustraída de la Iglesia de San Francisco” (Arcadia, 2009).

Sumado a lo anterior, la política de los museos debe tener en cuenta los convenios de la legislación internacional que rige como norma para la interpretación del Código de deontología del ICOM (UNESCO, 2007), estos son:

- La Convención para la Protección de los Bienes Culturales en Caso de Conflicto Armado (Convención de La Haya, primer Protocolo, 1954 y segundo Protocolo, 1999).
- La Convención de la UNESCO sobre las medidas que deben adoptarse para prohibir e impedir la exportación, la importación y la transferencia de propiedad ilícitas de bienes culturales (1970).
- La Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (Washington, 1973).
- La Convención de Naciones Unidas sobre Diversidad Biológica (1992).
- El Convenio de UNIDROIT sobre los bienes culturales robados o exportados ilícitamente (1995).

- La Convención de la UNESCO sobre la Protección del Patrimonio Cultural Subacuático (2001).
- La Convención de la UNESCO para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial (2003).

1.2.2 Legislación colombiana

Con la Ley General de Cultura (1997) nace el Ministerio de Cultura, se dictan normas sobre patrimonio cultural de la Nación y, por primera vez en la legislación colombiana, se mencionan los museos. Los artículos 49 a 55 de la citada Ley, tratan sobre fomento de museos, investigación científica e incremento de las colecciones, especialización de los recursos humanos y tecnificación de las exposiciones, protección y seguridad, conservación y restauración de las colecciones y sedes, control de las colecciones y gestión de los museos públicos y privados, y especialmente en el artículo 49 que habla del fortalecimiento y la generación de recursos.

En el Plan Estratégico del Museo Nacional (2001-2010), se logra comprender que los museos con marcada dependencia oficial están ligados a las políticas nacionales a largo, mediano y corto plazo. A largo plazo, el Plan Estratégico del museo depende del Plan Nacional de Cultura dado por el Consejo Nacional de Política Económica y social, en el documento CONPES 3162 Lineamientos para la sostenibilidad del Plan nacional de cultura 2001-2010. También, la Ley General de Cultura (Ley 397 de 1997) y especialmente el decreto No. 086 del 2 de febrero de 2000. Y el Plan de Desarrollo 1999-2002, documento CONPES 3106 Gestión Pública orientada a resultados, del 3 de abril de 2001.

A mediano plazo, El Plan Nacional de Desarrollo, Manifiesto Democrático de 2003-2006 del Presidente Álvaro Uribe Vélez. La Ley de Ciencia y Tecnología (Ley 29 de 1990) con sus decretos reglamentarios 393, 585 y 591 de 1991. Ley General de Educación (Ley 115 de 1994) y el Plan decenal de Educación 1996-2005.

A corto plazo, los planes anuales del museo dependen de los planes anuales sectoriales y de la Ley de Presupuesto General de la Nación. Además, en el caso particular del Museo Nacional de Colombia, El Departamento Nacional de Planeación, el Ministerio de Cultura y el Ministerio de Hacienda y Crédito Público, esperan que el Museo registre anualmente un incremento significativo de los públicos visitantes y que, así mismo, logre aumentar anualmente el presupuesto de recursos propios aprobado con base en el artículo 55 de la Ley 397 de 1997. Para que el museo sea la referencia fundamental de desempeño para los demás museos del país.

Pero si el presupuesto nacional, asignado al funcionamiento y proyectos de inversión del Museo Nacional, así como los aportes de la empresa privada para actividades especiales, sufren reducciones significativas, el Museo se vería obligado a suprimir actividades que afectarán el cumplimiento de las metas de cada área estratégica.

1.2.3 Política nacional de museos

La Política Nacional de Museos, publicada en septiembre del 2009, es producto de un arduo trabajo de concertación de diversos actores interesados en el futuro de los museos colombianos, cuyo objetivo general es: “Reconocer, consolidar y desarrollar la riqueza, diversidad y potencial de los museos del país, orientar las acciones que se deben desarrollar por parte del Estado en coordinación con los actores públicos y privados relacionados con el sector, para su fortalecimiento y mejoramiento de las prácticas museísticas” (Ministerio de Cultura, Museo Nacional de Colombia y Red Nacional de Museos de Colombia, 2009).

Inherente a la implementación de esta política se llevará a cabo el proceso de acreditación, que por supuesto pondrá en riesgo de desaparecer o perder la categoría de Museos, aquellos que no cumplan con los requisitos establecidos en coherencia con la funciones; entre las que se encuentran el generar sentido de pertenencia, formar ciudadanía tolerante, pues se busca que “se conviertan en espacios de diálogo, socialización de identidades y una puerta hacia la investigación y la

inspiración de nuevas ideas” (Ministerio de Cultura, Museo Nacional de Colombia y Red Nacional de Museos de Colombia , 2009).

1.3

Identificación y análisis sobre los elementos propios de la gestión empresarial y cultural en los museos de Bogotá

Esta identificación, se realizó mediante la aplicación del instrumento diseñado para ello; acompañado por una entrevista algunas preguntas abiertas que permitieron contextualizar la información obtenida y cuyo análisis, aquí se incluye.

Cada una de las personas contactadas fue indagada sobre las variables del instrumento, y de allí se realizó la correspondiente tabulación, traficación, e interpretación de datos.

1.3.1 Ficha técnica de la caracterización

Como ficha técnica de esta caracterización tenemos:

➤ Objetivo

Reconocer y evaluar las estrategias básicas de carácter empresarial utilizadas efectivamente, en el alcance de sostenibilidad y autonomía en algunos de los museos. Teniendo en cuenta para ello, los puntos esenciales descritos por Bestralin, (2003) “Una empresa es social y ambientalmente responsable si:

- Ofrece productos y servicios que respondan a las necesidades de sus usuarios, contribuyendo a su bienestar.

- Su comportamiento va más allá del cumplimiento de los mínimos reglamentarios.
- Demuestra conducta ética en todas sus acciones.
- Brinda condiciones saludables y seguras a sus trabajadores.
- Muestra respeto estricto del ambiente interno y externo.
- Está integrada a la comunidad. Conoce y es participe de sus anhelos y necesidades, así como de sus problemas” (Solano, 2009).

➤ **Población**

La población que se tomó para desarrollar el presente documento fueron los museos ubicados en la ciudad de Bogotá, que se encontraban activos al día 30 de Mayo de 2009.

➤ **Muestra**

La muestra tomada para el presente documento la conforman los museos escogidos que se ubican en la ciudad de Bogotá.

➤ **Método**

El método utilizado para lograr el objetivo fue la aplicación de una encuesta de caracterización, que consta de cinco reactivos, con opción de respuesta afirmativa o negativa, acompañada de una ampliación cualitativa del criterio, a través de la entrevista semiestructurada. Los reactivos se encuentran divididos por indicadores de medición de acuerdo a las necesidades reales de detección de información. Se utilizó la estadística descriptiva.

➤ **Indicadores de Identificación**

Los indicadores de esta identificación tomados en cuenta para medir aquellas variables son las siguientes:

- Identificación general.
- Manejo de colecciones.
- Elementos de gestión.
- Elementos de autofinanciación. Incidencia en el presupuesto.
- Trabajo en red.

➤ **Alcance**

Los datos aquí consignados sólo representan el nivel de identificación de la muestra escogida para tal fin, en Bogotá. El análisis producto de la información que se presenta a continuación:

- Figuras: interpretación y análisis
 - Identificación general
 - ✓Cuál es el origen de este museo

Por norma general la iniciativa es privada, la intención de coleccionar surge de algún individuo o en otros casos, cuando el museo está relacionado con una entidad financiera, la colección se conforma con las piezas que se han pignorado como respaldo a un préstamo que en su momento no se canceló.

También sucede que algunos museos reciben en comodato, reliquias familiares que exhiben y entran a ser salvaguardadas al igual que las colecciones propias.

En el caso de los Museos, cuyo origen está relacionado con organizaciones educativas, (universidades) la colección se conforma partir de los trabajos de campo e investigaciones de los estudiantes y cuerpo docente.

Algunos espacios pertenecientes a comunidades religiosas fueron expropiados por el Estado, cuando dichas comunidades fueron expulsadas del territorio nacional, (siglo XIX) quedando en ellos, piezas de colección, que dieron paso a nuevas organizaciones que evolucionaron hacia lo que hoy son varios museos, administrados por el Ministerio de Cultura, siendo respaldados por el Gobierno que los apoya con presupuesto.

✓ Qué tipo de colección maneja

Considerando que la colección es la acumulación de objetos relacionados bajo una temática; es usual que el nombre del museo involucre el tema de la colección, como en el caso de la Casa Museo Quinta de Bolívar, donde la estadía del Libertador, fue de 325 días reales; aunque la propiedad en sí, le fue entregada por el Gobierno de su época como reconocimiento a su acción en la campaña libertadora. Surge de allí la actual denominación: Quinta de Bolívar.

Con respecto al actual Museo de la Independencia, antes llamado Museo del Veinte de Julio, cambia su nombre en razón al imaginario del público que lo confundía con la Iglesia del Divino Niño del Veinte de Julio.

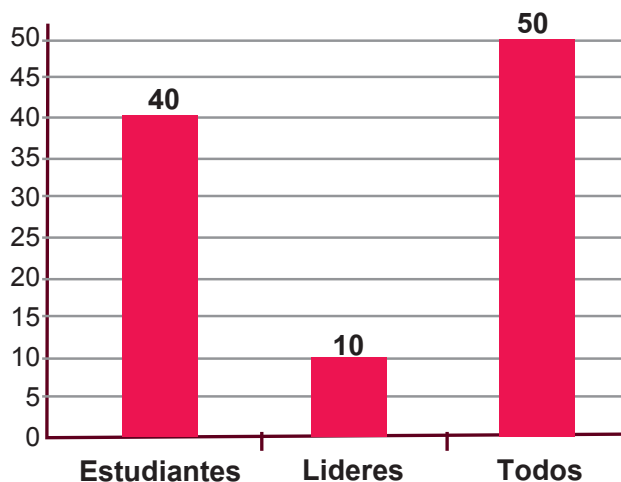
Se mencionan de manera especial estos dos museos, pues en este momento, se encuentran trabajando en el marco de la celebración del Bicentenario de la Independencia, para ser principal escenario de dicho acontecimiento. En ambos casos sus colecciones hacen honor al actual nombre.

Tal vez, el más simbólico es el caso de Maloka⁴ ; pues el lugar indígena está desprovisto de tecnología y el museo interactivo busca democratizar la comprensión de la ciencia y la tecnología.

⁴ De la Maloca a Maloka: para muchas tribus indígenas la Maloca es la casa más importante construida por el Chamán, Brujo o Jefe. Es el sitio donde los indígenas adquieren sabiduría del universo. Es el centro de toma de decisiones políticas y actividades religiosas, al igual que un espacio de descanso, recreación y refugio. Es el sitio de encuentro y enriquecimiento integral de la comunidad.

- ✓ A qué segmento de público está dirigido:

FIGURA1. TIPO DE PÚBLICO AL QUE ESTÁ DIRIGIDO



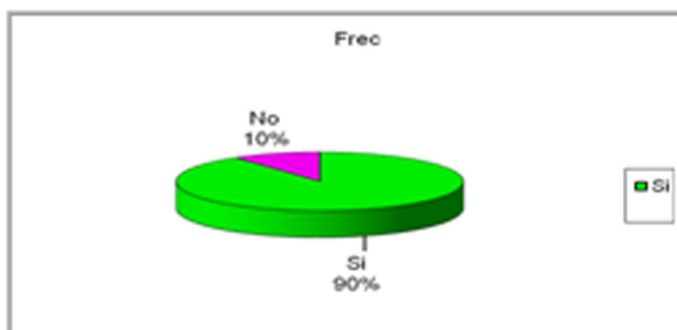
Fuente. Elaboración propia.

La mayoría se orienta a todo público en general, pero es usual que los estudiantes de colegio sean los visitantes más asiduos, gracias al impulso del profesorado.

En este caso es importante resaltar que las respuestas se relacionan más, con la visión y la misión, no con los visitantes reales; porque algo que caracteriza a nuestro país es el escaso interés por las instituciones histórico-culturales.

- La Ubicación del Museo tiene relación con su colección

FIGURA 2. UBICACIÓN DEL MUSEO



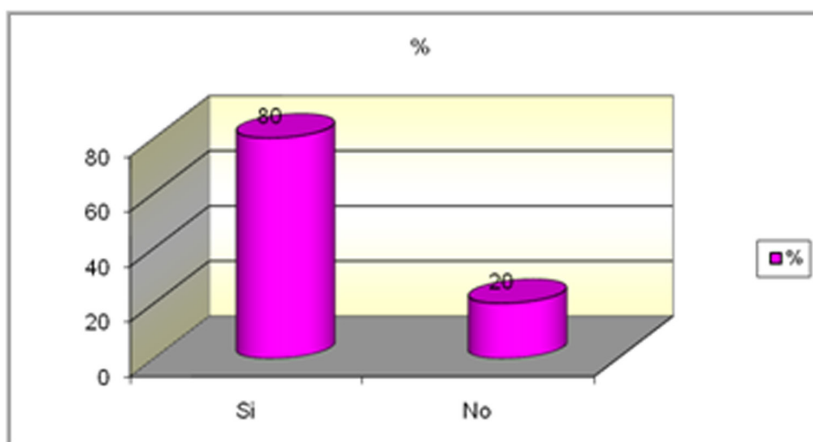
Fuente. Elaboración propia.

Pocos museos de Bogotá pudieron darse el lujo de ubicarse en una sede construida especialmente para su colección; Museo de Arte Moderno, el Planetario, Museo del Oro, Maloka.

Los demás ocupan edificaciones antiguas, normalmente casonas coloniales y si su colección es histórica, existe de hecho una perfecta relación temática. La Quinta de Bolívar y el Museo de la Independencia no podían estar en otro lugar que el que les acoge. El más curioso es el Museo Nacional ubicado en una antigua cárcel.

- Manejo de colecciones
 - ✓ Desarrolla proyectos de investigación

FIGURA 3. PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN



Fuente. Elaboración propia.

Con las nuevas normas de la Política Nacional de Museos, publicada en septiembre de este año, tras multitudinarios foros públicos, de acuerdo a las normas de transparencia y participación ciudadanas, y con el conocimiento que uno de los actuales requisitos para acreditarse ante el ICOM y el Ministerio de Cultura, es la labor investigativa del museo como proyección social. Porque de no cumplir la norma, de museo pasaría a ser clasificado como sala de exposición, reduciendo la posibilidad de gestionar recursos públicos y privados. Aunque muchos respondieron afirmativamente a la pregunta, por su temática, la preparación de sus empleados, el tamaño de sus colecciones no es prematuro augurarles un pronto cambio de estatus.

- ✓ Se dispone de un presupuesto para el incremento de las colecciones

La Ley 1185 de 2088, que modificó la Ley 397 de 1997, en los artículos 49 a 55 dedicada al desarrollo de los museos, designó al Museo Nacional funciones como: “el fomento de los museos del país, la investigación científica e incremento de las colecciones” (Ministerio de Cultura, 2009). Sin embargo, en la actualidad lo normal es que el presupuesto sirva sólo para el funcionamiento de los museos.

Los únicos que pueden tener nuevas adquisiciones, son el Museo Nacional y El Museo del Oro, cuyos amigos colaboran activamente para que esto suceda. Otras colecciones aumentan por donaciones y trabajo de campo, como las universitarias y las relacionadas con las Fuerzas Armadas.

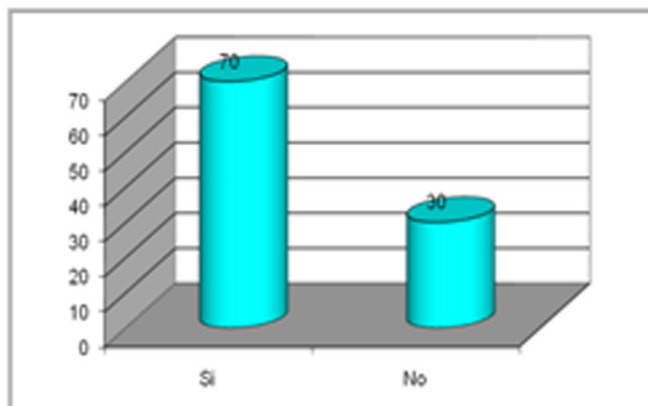
- ✓ ¿Qué estrategias de protección y seguridad aplica para salvaguardar las colecciones?

Sólo cinco encuestados respondieron con nombre propio sobre los protocolos de protección y seguridad, ya sea de normas internacionales o las propias de las disciplinas como la arqueología, conservación artística, restauración, entre otras.

Para otros en este tema, se refirieron al personal de vigilancia, como elemento único de seguridad y protección.

- ✓ ¿Posee un protocolo de conservación de la colección?

FIGURA 4. PROTOCOLOS DE CONSERVACIÓN

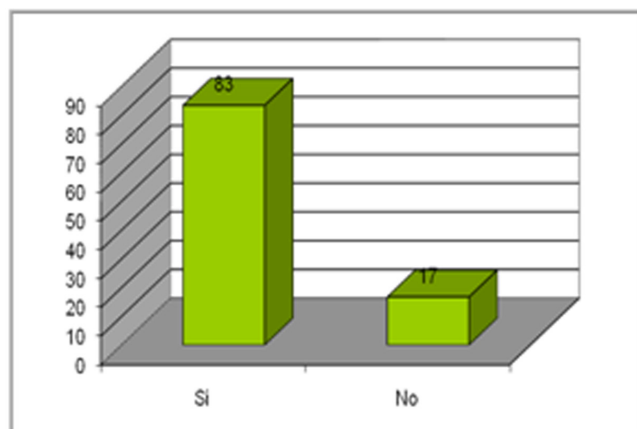


Fuente. Elaboración propia.

No es muy claro para la mayoría el tema de la conservación, aunque la respuesta positiva, es que de la mayoría de los encuestados, la realidad es el total desconocimiento y preocupación por el tema de la conservación de obras, cumpliendo los requisitos técnicos establecidos para ello, puesto que el presupuesto lo impide.

➤ Elementos de Gestión

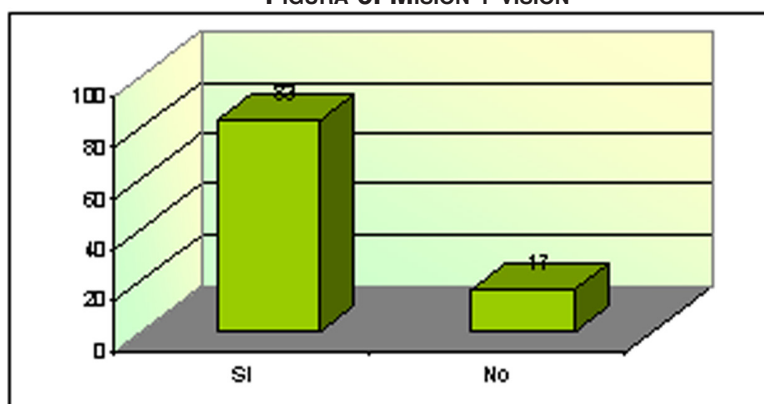
- ✓ Cuenta con una estrategia general de planificación

FIGURA 5. ESTRATEGIAS DE PLANIFICACIÓN

Fuente. Elaboración propia.

La profusa respuesta afirmativa, es engañosa, pues sólo algunos de los entrevistados además de su respuesta, mostraron evidencias de dicha planeación; dejando claro cuando iniciaban este proceso, y la metodología específica utilizada para ello.

✓ Es clara la Misión y la Visión para los empleados:

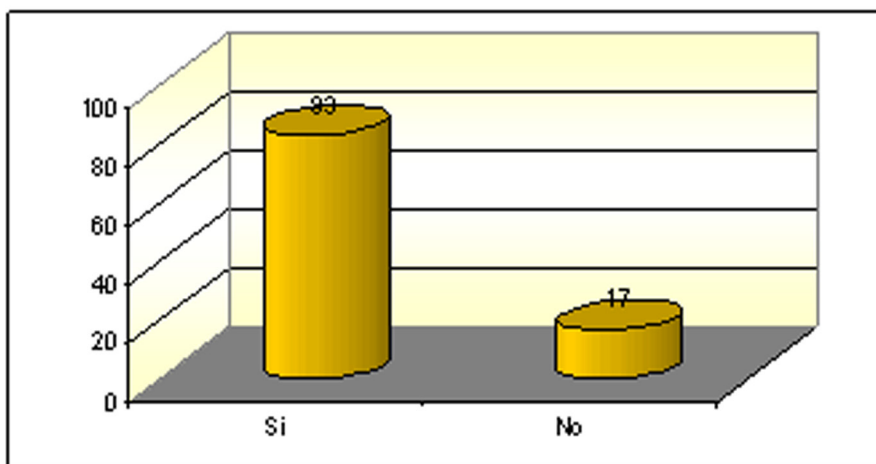
FIGURA 6. MISIÓN Y VISIÓN

Fuente. Elaboración propia.

Este elemento de planeación estratégica, se cumple en la mayoría de los museos, advirtiéndose la preocupación por incursionar en el mundo de la gestión cultural. La identidad adquirida es tan fuerte, que incluso muchos de los visitantes también las tienen claras.

- ✓ Están definidas las líneas de mando y comunicación:

FIGURA 7. LÍNEAS DE MANDO Y COMUNICACIÓN

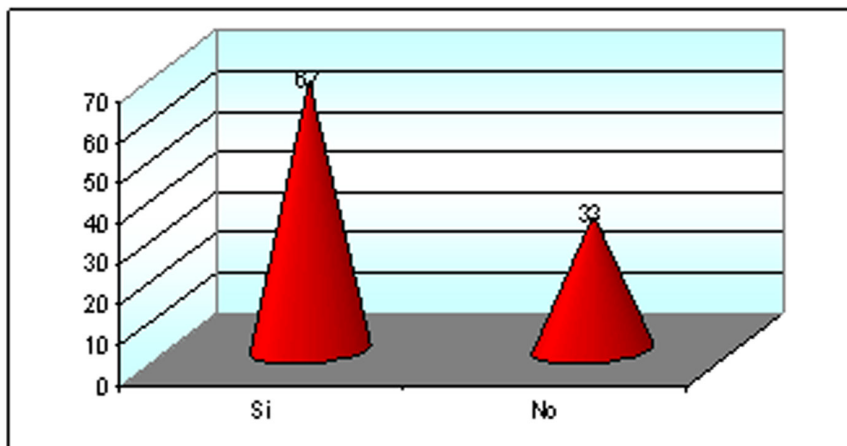


Fuente. Elaboración propia.

Si, en la mayoría de los casos, el equipo de colaboradores es tan pequeño que la estructura organizacional es básica y por supuesto conocida y funcional para todos. En la red de Museos del Banco de la República la toma de decisiones culturales es por consenso, aunque la estructura administrativa es jerarquizada.

- ✓ Hay participación de los empleados en la toma de decisiones

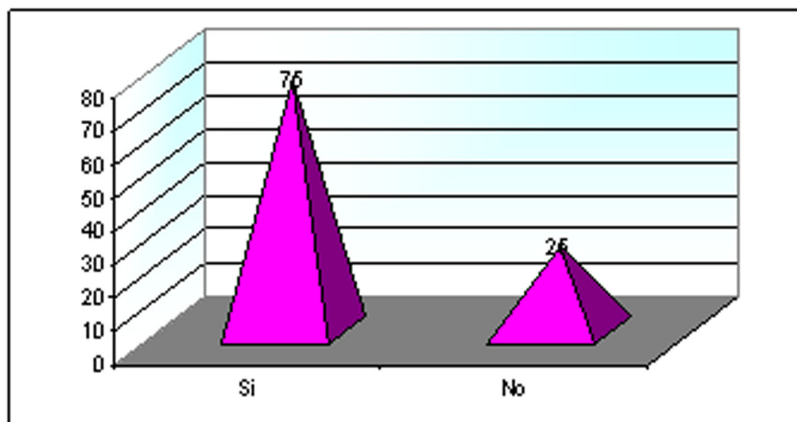
FIGURA 8. TOMA DE DECISIONES



Fuente. Elaboración propia.

Siendo una preocupación y meta administrativa y gerencial, a más de una recomendación proveniente de los manuales para el manejo de los museos, aquí se reconoce que los empleados (vigilantes, recepcionistas, personal de servicios generales) no se considera que posean las herramientas conceptuales necesarias para un buen análisis y participación en la toma de decisiones. Este ejercicio queda limitado a los equipos técnicos, profesionales y de estudiantes que trabajan en el contexto de cada museo.

- ✓ Existen indicadores para medir la eficacia y eficiencia de la gestión:

FIGURA 9. EFICACIA Y EFICIENCIA DE LA GESTIÓN

Fuente. Elaboración propia.

El tema de los indicadores de gestión no es tan claro para algunos de los encargados por varias razones; para unos no es de interés inmediato, para otros el proceso apenas comienza con la decisión de tenerlos como parte de su modelo de gestión y se encuentran en pleno diseño e implementación. Ahora la política nacional de museo puede estandarizar estos indicadores. Algunos los crearon, otros los tomaron de las recomendaciones del Ministerio de Cultura.

✓ ¿Qué canales de comunicación y divulgación utiliza?

El tema de comunicación, se ve afectado por el bajo presupuesto disponible para ello, aunque existe el interés por dar a conocer la labor realizada, como una de las estrategias de posicionamiento y creación de público. Sin embargo los canales usuales más utilizados para esta divulgación son los medios de la red pública y privada.

En la ciudad de Bogotá, muchos de los directivos están interesados e incursionando en el mundo de las nuevas TIC, (Tecnologías de la Información y la Comunicación) y algunos han hecho uso de ella para el manejo y cambio de imagen institucional.

Comparado con lo reportado en el documento sobre Política de Museos, donde se afirma que: “De los 148 museos donde se realizó el diagnóstico (2007-2009), el 52% cuenta con un equipo de cómputo, y solo el 39% tiene acceso a internet, lo que dificulta el acceso a la más reciente información sobre temas museológicos y la comunicación con instituciones afines del orden local, nacional e internacional” (Ministerio de Cultura, 2009); se podría afirmar que Bogotá, al igual que las ciudades como Medellín, Cali, Cartagena, entre otras, estarían representado ese 39% mencionado por la Red.

✓ ¿Qué actividades pedagógicas desarrolla?

En criterio de algunos encuestados, la existencia de visitas guiadas, representa un trabajo de gran valor pedagógico; para otros en cambio, el área educativa es considerada una fortaleza de la institución y recibe apoyo de las demás aéreas existentes al interior de la organización. De hecho en varios museos existe un programa educativo dirigido a los diferentes segmentos de público.

✓ ¿Cómo fortalece la imagen corporativa?

En este aspecto se diferencian con facilidad las instituciones cuyo director tiene conocimiento de gestión cultural, donde se ha venido evolucionando en la transformación, no solo de la imagen corporativa, sino en el concepto moderno del museo como espacio interactivo y de aprendizaje para su público.

En algunos casos hasta ahora están creando el logo y le dan gran importancia como imagen; para otras instituciones como Maloka y el Museo de Bogotá, el sector donde se hallan ubicados y su relación con dicho entorno, son de gran importancia y preocupación en el fortalecimiento de la identidad e imagen proyectada en el.

✓ Elementos de autofinanciación. Incidencia en el presupuesto

Es el punto más pobre de todos los del instrumento, en el país es prohibido hablar de los presupuestos de las instituciones. Los que respondieron indicaron que los elementos de autofinanciación

indicados para otros museos del mundo, en nuestro país no funcionan porque el público no contribuye al sostenimiento y en muchos casos las entradas son subsidiadas. En otros, su valor en el presupuesto es ínfimo.

La única organización que respondió de manera contundente a este aspecto fue Maloka.

1.4

Información de tres redes en Bogotá

En el desarrollo del presente proyecto, se identificaron algunas redes en Bogotá, situación que llevó a realizar un ajuste al instrumento inicial y realizar las entrevistas correspondientes a los representantes de dichas redes, para así tener una óptica diferente a la manifestada por los museos individualmente; además que dichas redes en conjunto agrupan a 51 organizaciones culturales entre ellas principalmente, museos, salas de exhibición y colecciones.

Las redes identificadas son:

- Red de Museos Nacional, del Ministerio de Cultura y liderada por el Museo Nacional.
- Sistema de Patrimonio y Museos de la Universidad Nacional, liderada desde el Claustro de San Agustín.
- Redes de Museos y Sucursales, Centros Culturales del Banco de la República, liderada por el Museo del Oro.

Se referencia igualmente red ICOM, Capítulo Colombia, sin embargo lo que se evidencia es que muchos museos pertenecientes a ella son miembros activos de las anteriores redes referenciadas. El Sistema de Patrimonio Distrital, que por decreto existe pero en el momento se encuentra en consolidación.

En el siguiente aparte, se consolidaron las respuestas de las tres redes mencionadas anteriormente.

➤ **Identificación general**

✓ **Cuál es el origen de la red:**

Cada red nace por necesidades propias de la institución que la genera, La Red de Museos por el ministerio de cultura y para facilitar la administración de algunos de sus participantes, la del Banco de la Republica porque ya existía la red de Bibliotecas, La Universidad Nacional como alianza estratégica para dar apoyo a salas de exhibición y facilitar el acceso del público. La red del ICOM para instalar “el control de calidad en la gestión de los museos, es la única que cobra la suscripción.

✓ **Cuántos museos pertenecen a esta red**

28 del Banco de la República, 17 del Sistema de Patrimonio de la Universidad Nacional y 11 de la Red de Museo del Ministerio. Para el ICOM son dos en Bogotá y aunque exista desde hace tiempo formalmente el sistema de patrimonio del distrito hasta ahora está evaluando los museos existentes en el Distrito Capital. Esto influyó en la acogida de nuestra investigación, aunque se presenta como un censo de la que existe en el territorio.

✓ **Cuáles son los organismos de apoyo a esta red.**

➤ **Manejo de relaciones y trabajo en la Red**

✓ **Cuáles son los mecanismos de participación de los museos miembros:**

Según su creación, se centraliza la dirección y se estandariza la gestión.

- ✓ Maneja recursos económicos esta red

De donde proviene la principal fuente de financiación.: El caso curioso es el de la red de museos del ministerio de cultura, que puede asistir, apoyar e impulsar a los museos que le soliciten pero sólo interviene en los once museos que pertenecen al ministerio.

- ✓ Qué estrategias de comunicación existen en la red:

Las páginas web de las entidades, esencialmente favorecen el acercamiento al público aficionado a internet, con información clara y precisa; dentro de las redes se promueve la toma de decisiones en busca de mayor eficacia en la gestión.

- ✓Cuál es la principal utilidad de agrupar diferentes museos en esta red

El sentido es el mismo trabajado con diferente vocabulario. Enriquecerse en común, estandarizar la gestión, replicar apropiar y enriquecer los proyectos con resultados positivos.

Se busca que en el ejercicio de asociatividad, las organizaciones con mayores desarrollos, puedan apoyar la cualificación de aquellas que por diferentes factores se encuentran a la saga de la gestión ideal

➤ Elementos de gestión

- ✓ Cuenta con una estrategia general de planificación

La respuesta es afirmativa en los tres casos, además de ser un principio de trabajo y de cualificación que se espera desarrollar en cada una de las organizaciones miembro.

- ✓ Es clara la Misión y la Visión para todos los miembros de la red:

Para el equipo de trabajo es fundamental que se comparta la posición establecida de antemano para poder crear sinergias exitosas, por tal razón se ha divulgado de manera profusa dicha misión y los beneficios de estar en red.

- ✓ Qué tipo de estructura organizacional tiene la red:

En el caso de las tres redes entrevistadas, su organización consiste en una institución patrocinadora de alta jerarquía que la impulsa y la ha motivado desde su creación. Por tal razón se presenta una estructura jerárquica que le da estructura organizativa, aunque se conserve cierta autonomía y las decisiones se tomen por consenso, procurando la participación de todos sus miembros.

- ✓ Hay participación de los museos en la toma de decisiones:

En los casos particulares de uno de los museos, y en los proyectos especiales se participa de manera amplia. En el caso de la Red del Ministerio, en los museos que no reciben recursos directamente, la red acompaña y asesora, pero son los museos los que toman las decisiones finales.

- ✓ Existen indicadores para medir la eficacia y la eficiencia de la gestión

Si, cada red maneja diferentes indicadores según sus prioridades y en correspondencia a sus objetivos y metas

- ✓ Que actividades pedagógicas desarrolla:

Como los ejemplos exitosos se replican, el tema pedagógico es fundamental y las experiencias innumerables, existe un ejercicio de socialización y retroalimentación en los procesos donde se busca replicabilidad de las practicas exitosas.

- ✓ Como fortalece la imagen corporativa de los museos de su red:

Se busca siempre replicar el uso de los mismos canales y las mismas estrategias usadas por el ejercicio de mayor éxito.

- ✓ Existen actividades de autofinanciación en la red o en sus museos:

Como se dijo anteriormente el ICOM es la única red que cobra la suscripción; en el caso de los museo del Ministerio y los del Banco de la República tienen tiendas y cafeterías, que les permite obtener algunos recursos, fuera de los provenientes de presupuestos establecidos por la entidad patrocinadora, pero según las encuestas estos productos y servicios no inciden de manera contundente en la totalidad del presupuesto.

➤ Trabajo en Red

- ✓ Pertenece a otras redes.

El ICOM como organismo internacional es parte de la organización internacional de su misma denominación. Esta afirmación proviene de la información suministrada por instituciones líderes de las otras redes.

- ✓ Tiene alianzas con organizaciones educativas:

Las tres redes entrevistadas tienen esta relación establecida de manera clara y una de sus modalidades que la hacen visible es la figura de las pasantías de los estudiantes, como recurso humano de carácter valioso en el campo operativo e investigativo. Las universidades con facultades relacionadas con los museos buscan los convenios y las alianzas. En el caso de la Universidad Nacional sus facultades, docentes y estudiantes trabajan con la red.

- ✓ Conoce y participa en alguna red internacional

Tanto a título individual de algunos miembros, como es el caso del Museo Nacional, el Museo del Oro, son miembros de diferentes redes cuya temática y objetivos son congruentes e iguales. Cada red se beneficia de estas membrecías individuales, pues se intercambia información de carácter importante.

- Qué tipo de alianza quisiera lograr para el fortalecimiento de su red.

Se manifiesta por parte de los entrevistados, que la alianza más llamativa y esperada es aquella que facilite la consecución de recursos que contribuyan a la sostenibilidad de las organizaciones, así como las que aporten las últimas tecnologías de informática y comunicación.



2.

Conclusiones

Desde los comienzos históricos la institución cultural museística, ha sido considerada como una necesidad y complemento de la vida intelectual de la comunidad y se ha sentido como parte de las obligaciones del gobierno el bienestar de la misma; o sea, la costumbre persiste en el subsidio oficial y pago simbólico de entradas o la total gratuidad.

Los criterios de planeación, administración y gerencia que se vienen desarrollando en algunos museos de Colombia, surgen partir del nuevo marco normativo que se establece desde la Ley General de Cultura, y la ley de museos, que panea las nuevas exigencia frente a desarrollar estos criterios para adquirir la acreditación como museos.

Actualmente, el Gobierno ha orientado su legislación para ayudar a las instituciones a su autosuficiencia, a través de herramientas legales, que le permitan la negociación. De esta manera, la primera condición para la sostenibilidad será la ineludible presencia de un hábil gestor cultural que sepa utilizar los elementos reconocibles en la legislación y sumado a esto, utilice las estrategias correctas para atraer los recursos provenientes de actividades propias de sostenibilidad a partir de la oferta de servicios especializados, o provenientes de la empresa privada, que le ayuden a fortalecer su gestión.

La sinergia propia del trabajo en red es beneficiosa para el aprendizaje del conjunto de los participantes, las decisiones se toman por consenso

y los resultados han sido satisfactorios. Este trabajo, también permite al museo la creación de público, ya que un amplio sector de la población con recursos disfruta de la navegación virtual; incursionando en el reto de públicos diferenciales y en el contexto globalizado que viene dándose.

En la actualidad, la franja de mayor asistencia a los museos es el escolar de todos los niveles, sin embargo la desventaja de ello, es el carácter de tarea y obligatoriedad, que se le imprime a esta actividad cultural, restándole el interés y riqueza, que posee; además de la consecuencia posterior de perder a este grupo de población como verdadero público.

Estas condiciones plantean el reto al museo, de convertirse en un escenario interactivo que conecte al ser humano con su historia, identidad y memoria; aprovechando la búsqueda de conexiones existenciales, que tanto persigue en la actualidad el ser humano.

Con la publicación y puesta en marcha de la Política Nacional de Museos, se inicia una nueva etapa para esta organización cultural, puesto que además su reglamentar el funcionamiento, buscara categorizar, a las instituciones museísticas, a partir del proceso de acreditación que allí quedo planteado, y cuyo resultado podrá ser la continuidad de un número reducido de los actuales museos, que cumplan con los requisitos establecidos en el proceso propuesto. Esta política de museos, deja planteados criterios de modernidad, que buscan replantear la concepción originaria de los museos.

En el caso de quienes no reúnan las condiciones de acreditación, se verán abocados, a su transformación, bien sea en ponerse al día con dichas exigencias, o quedar categorizada en otro tipo de organización que no sería la de museo como tal.

En el ejercicio de análisis de las actividades y prácticas asumidas en deferente grado por los museos, se encuentran criterios, empresariales, como la administración y creación de pequeñas unidades de negocios como las cafeterías, almacenes de souvenir, o alquiler de instalaciones para eventos que buscan establecer un manejo y consecución de

recursos económicos que hagan a futuro del museo una organización sostenible y autónoma en su manejo; sin embargo lo que arrojan los hallazgos, es que dichos ejercicios no han alcanzado el punto de equilibrio que le permita al museo ser una organización sostenible, el caso del Museo Nacional de Colombia, es el mas avanzado en el desarrollo de criterios financieros y administrativos que la hagan vislumbrarse como una empresa y así se plantea en su plan estratégico.



3.

Autoevaluación y comentarios al proyecto terminado

Durante el desarrollo de este proyecto, se encontraron dificultades en la consecución de las citas para desarrollar la entrevista, esto hace que se experimente una pérdida de interés y se perciba en determinado momento, que el proceso no fluye con la rapidez que se espera para la consolidación de la información.

La elaboración del caso se convirtió en un reto, pues se pretende contribuir a la construcción de diferentes estrategias y herramientas pedagógicas con una contextualización específica desde lo cultural y sus particularidades.



4.

Comentarios y análisis de la etapa realizada

En las entrevistas, se encuentra resistencia frente a proporcionar información sobre algunos aspectos, aunque de hecho se encontró una gran voluntad de cambio y ejercicios muy interesantes de gerencia y gestión en museos líderes; de la misma manera no se reconocen las falencias que de hecho se hacen evidentes a través de la historia y sobretodo de la situación actual de otras de las organizaciones museísticas.

La recién publicada Política Nacional de Museos, plantea un escenario de gran reto para todas estas organizaciones, sobre todo por los procesos de cualificación a los cuales se verán abocados por la acreditación que allí se plantea.

El presente proyecto ha contribuido en la consolidación de información y se prevé a futuro realizar un tercer proyecto que conduzca a la consolidación de información que conduzca a un posterior ejercicio de análisis comparativo que lleve al formulación de modelos y/o propuestas metodológicas sobre administración, gestión y gerencia en las organizaciones culturales.

Referencias bibliográficas

Arcadia, Revista. Habladurías, Noticias. Pág. 6 No. 45 Junio de 2009.

Magin, Pierre-H.. Una aproximación a la historia de las Colecciones Públicas: de la exposición erudita a la sociedad del Espectáculo. Cuadernos de Museología. Sistema de Patrimonio Cultural y Museos Universidad Nacional. Mayo 2009.

UNESCO Cómo administrar un museo: Manual práctico. Código de deontología profesional del ICOM Pág. 230. 2007.

Solano Cornejo, D. (2009). Responsabilidad Social. Estrategias sostenibles para el desarrollo y la Competitividad. Universidad ESAN.

Willums,O., Ulrich, G. (1992) Ideas hechas Realidad. Desarrollo Empresarial Sostenible Oslo, Noruega.

Enlaces:

Código de ética profesional de los museos ICOM. Museo Nacional De Colombia. Tomado de <http://www.lablaa.org/blaavirtual/bibliotecologia/codetica/etmus1.htm>

MINISTERIO DE CULTURA, MUSEO NACIONAL DE COLOMBIA y RED NACIONAL DE MUSEOS DE COLOMBIA, Política Nacional de Museos. Pág.3 Septiembre de 2009. Tomado de <http://www.mincultura.gov.co/index.php?idcategoria=27393#>

MINISTERIO DE CULTURA. Política de Emprendimiento Cultural. Tomado de: <http://www.mincultura.gov.co/index.php?idcategoria=<p>24149</p>>

MINISTERIO DE CULTURA, Ley General de cultura. Tomado de <http://www.mincultura.gov.co/index.php?idcategoria=5994>

MUSEO NACIONAL DE COLOMBIA. Plan Estratégico: 201-2010. Tomado de: <http://www.museonacional.gov.co/index.php?pag=home&id=6136810&PHPSESSID=0d20ce883f5b0b2c9f3a1a8e0ffc20ec>

Bibliografía elaboración del caso:

Cuenta Satélite de Cultura. Manual Metodológico para su implementación en América Latina. Convenio Andrés Bello. Colección Cultura y Desarrollo. Bogotá 2009.

Perez Uribe, R. (2009). Compilador. METODOLOGIA PARA LA ESTRUCTURACION, DESARROLLO Y EVALUACION DE CASOS. Vicerrectoria de Investigaciones. Universidad EAN.

Proulx D. (2009) Taller sobre Elaboración de Casos. Vicerrectoria de Investigaciones. Universidad EAN.

Silva J.(2004). Como iniciar su propio Negocio. El perfil del Empresario” Métodos para la elaboración de casos. 3ª. Edición. EAN, Bogotá.

Tovar t, M. et al. (2009). El Museo como organización sostenible, escenario de la Divulgación de la Cultura. . (Informe de Investigación) Vicerrectoria de Investigaciones Universidad EAN.

UNESCO. Cómo administrar un museo: Manual práctico. Código de deontología profesional del ICOM Pág. 230.

Enlaces

Código de ética profesional de los museos ICOM. Museo Nacional De Colombia. Tomado de <http://www.lablaa.org/blaavirtual/bibliotecologia/codetica/etmus1.htm>

MINISTERIO DE CULTURA, MUSEO NACIONAL DE COLOMBIA y RED NACIONAL DE MUSEOS DE COLOMBIA, Política Nacional de Museos, Pág.3 Septiembre de 2009. Tomado de <http://www.mincultura.gov.co/index.php?idcategoria=27393#>

MINISTERIO DE CULTURA. Política de Emprendimiento Cultural. Tomado de:
<http://www.mincultura.gov.co/index.php?idcategoria=<p>24149</p>>

MINISTERIO DE CULTURA, Ley General de cultura. Tomado de
<http://www.mincultura.gov.co/index.php?idcategoria=5994>

MUSEO NACIONAL DE COLOMBIA. Plan Estratégico: 201-2010. Tomado de: <http://www.museonacional.gov.co/index.php?pag=home&id=6136810&PHPSESSID=0d20ce883f5b0b2c9f3a1a8e0ffc20ec>