

Curso básico de gestión de museos



12

Código de deontología del ICOM

PREFACIO

Estatutos del Código de deontología para los museos

El presente Código de deontología para los museos fue elaborado por el Consejo Internacional de Museos y se corresponde con la declaración de deontología para los museos enunciada en los Estatutos del ICOM.

Este Código refleja los principios generalmente aceptados por la comunidad museística internacional. Estar afiliado al ICOM y pagar su cotización anual significa aceptar el Código de deontología del ICOM para los museos.

Una norma mínima para los museos

El Código de deontología representa una norma mínima para los museos. El mismo contiene una serie de principios basados en directrices sobre las prácticas profesionales que se deben aplicar. En determinados países algunas normas mínimas están contempladas en la ley o en un reglamento nacional. En otros, las directrices y una evaluación de estas normas profesionales mínimas se proporcionan en forma de acreditación, registro o un sistema similar de evaluación. Cuando estas normas no existen a nivel local, podrán obtenerse por medio de la Secretaría del ICOM o del Comité Nacional o Internacional apropiado.

Este Código sirve también de referencia a las naciones individuales y a las organizaciones especializadas vinculadas a los museos y que deseen desarrollar normas complementarias.

SECCIONES

1. Los museos garantizan la protección, documentación y promoción de los diversos aspectos del patrimonio natural y cultural de la humanidad.

Constitución

Recursos físicos

Recursos financieros

Personal

2. Los museos que tienen colecciones las conservan en interés de la sociedad y de su desarrollo.

Adquisición de las colecciones

Cesión de las colecciones

Protección de las colecciones

3. Los museos conservan testimonios importantes que permiten desarrollar y profundizar los conocimientos.

Testimonios importantes

Acopio e investigación por parte de los museos

4. Los museos contribuyen al conocimiento, la recreación, la comprensión y la gestión del patrimonio natural y cultural.

Presentaciones y exposiciones

Otros recursos

5. Los recursos de los museos ofrecen posibilidades de otros servicios y beneficios públicos.

Servicios de identificación

6. Los museos trabajan en estrecha relación con las comunidades de las que proceden las colecciones, así como con las comunidades a las que brindan sus servicios.

Origen de las colecciones

Respeto de las comunidades a las que brindan sus servicios

7. Los museos trabajan dentro de la legalidad.

Marco jurídico

8. Los museos trabajan de manera profesional.

Conducta profesional

Conflictos de intereses

1.

Los museos garantizan la protección, documentación y promoción de los diversos aspectos del patrimonio natural y cultural de la humanidad.

Principio: Los museos son responsables del patrimonio natural y cultural, material e inmaterial. El órgano rector y todos los que participan en la orientación estratégica y en la supervisión de los museos tienen la obligación fundamental de proteger y promover este patrimonio así como los recursos humanos, físicos y financieros disponibles para estos fines.

CONSTITUCIÓN

1.1. Documentos de registro

El órgano rector tiene la responsabilidad de velar porque todos los museos tengan un estatuto, una constitución o cualquier otro documento escrito oficial, de conformidad con las leyes nacionales correspondientes. Estos documentos estipularán claramente el estatuto jurídico del museo, su misión y su carácter permanente de organismo sin fines de lucro.

1.2. Declaración de los fines, objetivos y política El órgano rector deberá preparar y difundir una declaración sobre los fines, los objetivos y la política del museo y sobre la función y composición del órgano rector.

RECURSOS FÍSICOS

1.3. Locales

El órgano rector debe poner a disposición los locales con las condiciones adecuadas para que el museo cumpla sus funciones esenciales tal y como se define en sus fines.

1.4. Acceso

El órgano rector velará porque todos puedan tener acceso al museo y a sus colecciones en horarios razonables, fundamentalmente las personas con necesidades específicas.

1.5. Salud y seguridad

El órgano rector velará por la aplicación de las normas de salud, seguridad y accesibilidad del personal y de los visitantes.

1.6. Protección en caso de catástrofes

El órgano rector establecerá políticas encaminadas a la protección del público, del personal, de las colecciones y demás recursos en caso de daños naturales y humanos.

1.7. Condiciones de seguridad

El órgano rector garantizará una seguridad adecuada para proteger las colecciones contra robos y daños que pudieran tener lugar en las vitrinas, exposiciones, almacenes, espacios de trabajo y durante la transportación.

1.8. Seguro e indemnización

Si una compañía de seguros privada protege las colecciones, el órgano rector verificará que la cobertura de los riesgos sea la adecuada y tenga en cuenta los objetos en tránsito, prestados o bajo la responsabilidad del museo. Cuando se establece un sistema de indemnización, hay que velar porque los objetos que no pertenecen al museo disfruten de una cobertura adecuada.

RECURSOS FINANCIEROS

1.9. Finanzas

El órgano rector suministrará los fondos necesarios para realizar y desarrollar las actividades del museo. Todos los fondos serán objeto de una gestión profesional.

1.10. Política comercial

El órgano rector debe contar con un documento escrito que contemple las fuentes de ingreso, que puede generar a través de sus actividades o aceptar de fuentes externas. Cualquiera que sea la fuente de financiación, los museos deben mantener el control del contenido y de la integridad de sus programas, exposiciones y actividades. Las actividades que generan ingresos no deben perjudicar las normas de la institución ni a su público.

PERSONAL

1.11. Política de empleo

El órgano rector velará por el respeto de las políticas del museo y los procedimientos legales y reglamentarios en cualquier acción que emprenda el personal.

1.12. Nombramiento del director o de la persona que dirija el museo

La dirección de un museo es un puesto clave y, durante un nombramiento, el órgano rector debe tomar en consideración los conocimientos y las competencias necesarios para que ese puesto se desempeñe con eficiencia. A las aptitudes intelectuales y a los conocimientos profesionales necesarios se debe agregar una rigurosa conducta deontológica.

1.13. Acceso al órgano rector

El director o la persona que dirija el museo debe tener acceso directo al órgano rector y poder rendirle cuentas.

1.14. Competencias del personal de museo

Es necesario el empleo de un personal calificado con la experiencia requerida para el cumplimiento de sus funciones.

1.15. Formación del personal

Es oportuno brindar las posibilidades necesarias para la formación continua y el mejoramiento profesional de todo el personal con vistas a mantener su eficiencia.

1.16. Conflicto deontológico

El órgano rector de un museo nunca debe pedir al personal que actúe de forma contraria a las disposiciones del Código de deontología del ICOM, al derecho nacional o a cualquier código de deontología específico.

1.17. Personal y voluntarios

En lo que respecta al trabajo voluntario, el órgano rector debe redactar una carta que propicie las relaciones armónicas entre los voluntarios y los miembros profesionales del museo.

1.18. Voluntarios y deontología

Si el órgano rector recurre a voluntarios para desarrollar actividades en el museo u otras, debe garantizar que conozcan bien el Código de deontología del ICOM así como los demás códigos y leyes que se aplican.

2.

Los museos que tienen colecciones las conservan en interés de la sociedad y de su desarrollo.

Principio: La misión de un museo es adquirir, preservar y valorizar sus colecciones para contribuir a la salvaguardia del patrimonio natural, cultural y científico. Sus colecciones constituyen un importante patrimonio público, ocupan una posición específica respecto de la ley y gozan de la protección del derecho internacional.

A esta misión de interés público le es inherente una inteligente noción de gestión que comprende las ideas de propiedad legítima, permanencia, documentación, accesibilidad y cesión responsable.

ADQUISICIÓN DE LAS COLECCIONES

2.1. Política de colecciones

En cada museo, el órgano rector debe adoptar y publicar un documento para la adquisición, protección y utilización de las colecciones. Este texto debe esclarecer la posición de los objetos que no serán catalogados, preservados o expuestos (véanse 2.7 y 2.8).

2.2. Título válido de propiedad

Ningún objeto o ejemplar debe ser adquirido mediante compra, donación, préstamo, legado o intercambio si el museo que lo va a adquirir no está seguro de la existencia de un título de propiedad válido. Una escritura de propiedad de un determinado país no constituye necesariamente un título de propiedad válido.

2.3. Proveniencia y obligación de diligencia

Antes de la adquisición de un objeto o de un ejemplar que se ofrece en venta, donativo, préstamo, legado o intercambio, se debe hacer todo lo necesario para asegurarse de que éste no ha sido adquirido ilegalmente (o exportado ilegalmente) de su país de origen o de un país de tránsito donde pudiera haber tenido un título legal de propiedad (incluyendo el propio país donde se encuentra el museo). En este sentido se impone una obligación de diligencia para establecer la cronología completa del objeto, desde el momento de su descubrimiento o creación.

2.4. Objetos y ejemplares provenientes de trabajos no científicos o no autorizados

Un museo no debe adquirir objetos si hay motivo para pensar que se obtuvo al precio de la destrucción o de la deterioración prohibida, no científica o intencional de monumentos, sitios arqueológicos o geológicos, de especies o de hábitats naturales. Tampoco se debe proceder a la adquisición si el propietario, el ocupante del terreno, las autoridades legales o gubernamentales no han sido advertidas del descubrimiento.

2.5. Material cultural delicado

Las colecciones compuestas por restos humanos u objetos con carácter sagrado sólo serán adquiridas si se pueden albergar en lugar seguro y tratarse con respeto. Esto se debe realizar de conformidad con las normas profesionales y, si se conocen, con los intereses y creencias de la comunidad o de los grupos étnicos o religiosos de origen (véanse 3.7 y 4.3).

2.6. Piezas biológicas o geológicas protegidas

Un museo no debe adquirir ejemplares biológicos o geológicos acopiados, vendidos o transferidos de cualquier otra forma en violación de la legislación local, nacional, regional o de los tratados internacionales sobre la protección de las especies y de la naturaleza.

2.7. Colecciones de organismos vivos

Si una colección incluye ejemplares botánicos o zoológicos vivos hay que tener en cuenta su medio natural y social de origen, así como la legislación local, nacional, regional y los tratados internacionales sobre protección de las especies y del medio ambiente.

2.8. Colecciones de estudio o de instrumentos

La política aplicada a las colecciones puede prever modalidades específicas en el caso de aquellos museos que priorizan más los procesos culturales o científicos o los funcionamientos técnicos que los objetos o ejemplares o cuando estos objetos o ejemplares se conservan con fines educativos y de manipulación corriente (véase 2.1).

2.9. Adquisición fuera de la política aplicada a las colecciones

La adquisición de un objeto o ejemplar fuera de la política declarada por el museo solo debe tener lugar a título excepcional. El órgano rector tomará en consideración la opinión profesional así como los puntos de vista de todas las partes interesadas. Estas consideraciones deben incluir la importancia del objeto o del ejemplar en el patrimonio cultural o natural así como los intereses específicos de los demás museos que coleccionan este tipo de pieza. Sin embargo, incluso en estas circunstancias, no se deben adquirir los objetos que carecen de un título de propiedad en regla (véase sección 3.4).

2.10. Adquisición por parte de los miembros del órgano rector o del personal

Es indispensable estar atento a cualquier ofrecimiento de objeto, venta, donación o cualquier otra forma de cesión por parte de los miembros del órgano rector, el personal, su familia o personas allegadas a estos, que proporcione un beneficio fiscal.

2.11. Depositarios como último recurso

Según el presente Código de deontología nada impide a un museo ser depositario autorizado de los ejemplares u objetos de procedencia desconocida o ilegal acopiados en el territorio donde se establece su jurisdicción.

CESIÓN DE LAS COLECCIONES

2.12. Cesión legal u otras

Si un museo dispone del derecho jurídico de cesión o adquiere objetos bajo condiciones de cesión, debe regirse estrictamente por las disposiciones y demás procedimientos u obligaciones legales. Si la adquisición inicial estaba sometida a restricciones, estas serán respetadas, salvo si se demuestra claramente que son imposibles de respetar o perjudiciales para la institución; en caso necesario, se obtendrá un recurso mediante un procedimiento jurídico.

2.13. Cesión de colecciones de un museo

La extracción de un objeto o de un espécimen de la colección de un museo sólo se puede hacer con pleno conocimiento de la importancia del objeto, de su naturaleza (renovable o no), de su condición jurídica; esta cesión no debe provocar ningún daño a la misión de interés público.

2.14. Responsabilidad de las cesiones

La decisión de cesión compete al órgano rector que actúa conjuntamente con el director del museo y el conservador de la colección. Se pueden aplicar modalidades específicas a las colecciones de los museos.

2.15. Cesión de objetos retirados de las colecciones

Cada museo debe contar con una política que defina los métodos autorizados para retirar definitivamente un objeto de las colecciones, ya sea por donación, transferencia, intercambio, venta, repatriación o destrucción, y que autorice la transferencia del título al órgano beneficiario. En caso de cesión se realizará un informe detallado que contemple las piezas y su situación futura. La cesión del objeto se efectuará, preferentemente, en beneficio de otro museo.

2.16. Ingresos derivados de la cesión de colecciones

Las colecciones de los museos se constituyen para la colectividad y en ningún caso se deben considerar como un activo financiero. Los ingresos o compensaciones que se perciben por la cesión de objetos o ejemplares de la

colección de un museo deben utilizarse para desarrollar las colecciones y, normalmente, para nuevas adquisiciones.

2.17. Compra de colecciones procedentes de una cesión

Los miembros del personal del museo, del órgano rector, de sus familias o asociados no están autorizados a comprar objetos resultantes de la cesión de una colección que está bajo su responsabilidad.

PROTECCIÓN DE LAS COLECCIONES

2.18. Permanencia de las colecciones

La política del museo debe propiciar la correcta transmisión a las generaciones futuras de las informaciones sobre las colecciones (permanentes y temporales) en las mejores condiciones posibles, teniendo en cuenta los conocimientos y los recursos disponibles.

2.19. Delegación de la responsabilidad de las colecciones

Las responsabilidades profesionales sobre la protección de las colecciones se deben confiar a personas que tengan los conocimientos y competencias necesarios o que tengan una formación adecuada en la materia (véase 8.11).

2.20. Documentación de las colecciones

Las colecciones de los museos serán documentadas de conformidad con las normas profesionales en vigor. Esta documentación debe contemplar la identificación y la descripción completas de cada artículo, los elementos afines, su procedencia, estado, el tratamiento que ha recibido y su localización. Estos datos se conservarán en lugar seguro y contarán con sistemas de búsqueda que permitan al personal y a otros usuarios legítimos tener acceso a ellos.

2.21. Protección en caso de catástrofe

Se debe brindar una atención especial a la elaboración de políticas orientadas a proteger las colecciones en caso de conflictos armados y catástrofes humanas y/o naturales.

2.22. Seguridad de las colecciones y de los datos asociados

Si los datos relativos a las colecciones están a disposición del público, es conveniente ejercer un control particular para evitar la divulgación de informaciones confidenciales, personales u otras.

2.23. Conservación preventiva

La conservación preventiva es un elemento importante de la política de los museos y de la protección de las colecciones. Los miembros de la profesión museística deben crear y mantener un entorno de protección de las colecciones que están a su cargo, ya sea almacenadas, expuestas o en tránsito.

2.24. Conservación y restauración de las colecciones

El museo debe seguir de cerca el estado de las colecciones para determinar cuándo un objeto o espécimen requiere de la intervención o de los servicios de un conservador-restaurador calificado. El objetivo principal de una intervención debe ser el mantenimiento del objeto o espécimen. Cualquier procedimiento de conservación debe estar documentado y deberá ser reversible en la medida de lo posible; cualquier transformación del objeto o espécimen original se debe poder identificar claramente.

2.25. Bienestar de los animales vivos

El museo que conserve animales vivos es totalmente responsable de su salud y bienestar. El museo debe preparar y aplicar un código de seguridad para la protección del personal, de los visitantes y de los animales, el cual deberá ser aprobado por un veterinario. Cualquier modificación genética se deberá registrar claramente.

2.26. Utilización personal de las colecciones del museo

Los miembros del personal del museo, del órgano rector, de sus familias o asociados no están autorizados a hacer uso personal, ni siquiera provisionalmente, de los objetos que forman parte de una colección del museo.

3.

Los museos conservan testimonios importantes que permiten desarrollar y profundizar los conocimientos.

Principio: Los museos tienen obligaciones específicas ante la sociedad en cuanto a la protección y a las posibilidades de acceso e interpretación de los testimonios importantes que poseen en sus colecciones.

TESTIMONIOS IMPORTANTES

3.1. Las colecciones como testimonios importantes

La política de las colecciones aplicada por el museo debe subrayar su importancia como testimonios relevantes. Al mismo tiempo debe garantizar que este enfoque no sea resultado de las tendencias intelectuales del momento o de las costumbres de los museos.

3.2. Disponibilidades de las colecciones

Los museos tienen la obligación específica de propiciar el libre acceso a las colecciones e informaciones, conforme a las normas de confidencialidad y seguridad.

ACOPIO E INVESTIGACIÓN POR PARTE DE LOS MUSEOS

3.3. Acopio sobre el terreno

Si un museo desea realizar operaciones de acopio sobre el terreno, debe contar con una política que se ajuste a las normas científicas y a las leyes nacionales e internacionales. El acopio sobre el terreno se hará respetando y considerando los puntos de vista de las comunidades locales, sus recursos ambientales y sus prácticas culturales, así como teniendo en cuenta los esfuerzos desplegados para valorizar el patrimonio cultural y natural.

3.4. Acopio excepcional de los testimonios relevantes

En casos excepcionales puede ocurrir que un objeto sin procedencia certificada represente en sí un enriquecimiento tal de los conocimientos que por interés público se debe preservar. La aceptación de un objeto de este tipo en la colección de un museo dependerá de la decisión de especialistas del sector, sin tomar partido nacional o internacionalmente (véase 2.11).

3.5. Investigaciones

Las investigaciones llevadas a cabo por el personal de los museos deben estar en correspondencia con los fines y los objetivos del museo y observar las prácticas jurídicas, deontológicas y científicas establecidas.

3.6. Análisis destructivo

Cuando un museo recurre a técnicas analíticas destructivas, el resultado del análisis y de las investigaciones que de ello se desprenden, incluidas las publicaciones, debe estar registrado en el expediente que contiene la documentación permanente del objeto.

3.7. Restos humanos y objetos sagrados

Las investigaciones de restos humanos y objetos sagrados deberán realizarse según las normas profesionales, respetando los intereses y las creencias de la comunidad, del grupo étnico o religioso al que pertenecen (véanse 2.5 y 4.3).

3.8. Derechos sobre los objetos estudiados

Cuando el personal de un museo prepara objetos para su presentación o para documentar una encuesta de terreno, se debe establecer un acuerdo con el museo responsable sobre los derechos relativos a los trabajos realizados.

3.9. Compartir las experiencias

Los miembros de la profesión museística deben compartir sus conocimientos y experiencias con sus colegas y los investigadores y estudiantes en las materias que les competen. Deben respetar y hacer referencia a las fuentes de sus conocimientos y transmitir los avances técnicos y la experiencia que puedan ser útiles a otras personas.

3.10. Cooperación entre los museos y otras instituciones

El personal del museo debe estar dispuesto y participar en la cooperación y concertación necesarias entre instituciones con intereses y prácticas de acopio similares. Esto es válido específicamente para las instituciones universitarias y para algunos servicios públicos donde la investigación puede generar importantes colecciones que no cuentan con una seguridad a largo plazo.

4.

Los museos contribuyen al conocimiento, la comprensión y la promoción del patrimonio natural y cultural.

Principio: Los museos tienen el importante deber de desarrollar su papel educativo y atraer la mayor cantidad de público de la comunidad, localidad o grupo para el cual trabajan. La interacción con la comunidad y la promoción de su patrimonio forman parte del papel educativo del museo.

PRESENTACIONES Y EXPOSICIONES

4.1. Presentaciones, exposiciones y actividades especiales

Las presentaciones y exposiciones temporales, tanto materiales como virtuales, deben ajustarse a los fines, la política y los objetivos declarados por el museo y no deben comprometer ni la calidad ni el cuidado prestado a la conservación de las colecciones.

4.2. Interpretación de los elementos expuestos

Los museos deben procurar que las informaciones que se ofrecen en las exposiciones, independientemente del medio utilizado, estén argumentadas, sean exactas y brinden una correcta opinión sobre las creencias y grupos que representan.

4.3. Exposición de objetos “delicados”

Los restos humanos y los objetos sagrados se presentarán observando las normas profesionales y tendrán en cuenta, cuando son conocidos, los intereses y creencias de la comunidad, grupo étnico o religioso al que pertenecen, se presentarán con gran tacto y respetando la dignidad humana de todos los pueblos.

4.4. Retirada de la presentación pública

El museo deberá responder con diligencia, respeto y sensibilidad a las peticiones presentadas por la comunidad de origen de que se retiren de la exposición al público restos humanos o piezas con un carácter sagrado. También se responderá de la misma manera a las peticiones de devolución de dichos objetos. En la política de los museos se debe establecer claramente el procedimiento para responder a estas peticiones.

4.5. Presentación de piezas de procedencia desconocida

Los museos deben evitar la presentación o el uso de piezas sin un origen o una procedencia certificados. Deben ser conscientes de que estas presentaciones –u otros usos– pueden ser percibidos como una estimulación al tráfico ilícito de bienes culturales.

OTROS RECURSOS

4.6. Publicación

Las informaciones publicadas por los museos, independientemente del medio utilizado, deben ser exactas, objetivas y tener en cuenta las disciplinas científicas, las sociedades o las creencias presentadas. Las publicaciones del museo no deben, de ningún modo, contravenir las normas de la institución.

4.7. Reproducciones

Los museos deben respetar la integridad de los originales cuando realizan réplicas, reproducciones o copias de artículos de la colección. Todas estas copias deberán señalar que se trata de facsímiles.

5.

Los recursos de los museos ofrecen posibilidades de otros servicios y beneficios públicos.

Principio: Los museos recurren a una amplia gama de especialidades, competencias y recursos materiales cuyo alcance sobrepasa ampliamente sus fronteras. Esto implica un intercambio de recursos, prestaciones de servicios y, por consiguiente, la ampliación de las actividades del museo. Por tal motivo, estas últimas deben organizarse de manera tal que no afecten la misión estatutaria del museo.

SERVICIOS DE IDENTIFICACIÓN

5.1. Identificación de los objetos adquiridos ilegalmente

Cuando los museos garantizan un servicio de identificación, esta actividad no debe ser considerada de ningún modo como realizada directa o indirectamente en beneficio del museo. La identificación y autenticación de objetos que se presume han sido adquiridos, transferidos o exportados de manera ilegal no debe ser dada a conocer hasta que no sea del conocimiento de las autoridades competentes.

5.2. Autenticación y valoración (tasación)

El museo puede hacer estimados para asegurar sus colecciones. El estimado del valor monetario de otros objetos se debe hacer sólo en caso de demanda oficial – por parte de otros museos o autoridades jurídicas, gubernamentales u otras autoridades públicas competentes. Sin embargo, cuando el propio museo es beneficiario de un objeto o espécimen, debe recurrir a los servicios de tasación independientes.

6.

Los museos trabajan en estrecha relación con las comunidades de las que proceden las colecciones, así como con las comunidades a las que brindan sus servicios.

Principio: Las colecciones de un museo reflejan el patrimonio cultural y natural de las comunidades de las que proceden. Por consiguiente, las colecciones tienen un carácter que va más allá de la propiedad normal, que puede incluir fuertes lazos de afinidades con la identidad nacional, regional, local, étnica, religiosa o política. Por tanto, es importante que la política del museo tenga en cuenta esta situación.

ORIGEN DE LAS COLECCIONES

6.1. Cooperación

Los museos deben promover el intercambio de conocimientos, documentación y colecciones con los museos y organismos culturales situados en los países y comunidades de origen. Es preciso examinar las posibilidades de establecer una cooperación con los países o regiones que han perdido una parte importante de su patrimonio.

6.2. Devolución de los bienes culturales

Los museos deben estar dispuestos a establecer un diálogo para la devolución de los bienes culturales a los países o pueblos de origen. Esta gestión, además de su carácter imparcial, se debe basar en principios científicos, profesionales y humanitarios así como en la correspondiente legislación local, nacional e internacional (en lugar de actuar a nivel gubernamental o político).

6.3. Restitución de bienes culturales

Si una nación o una comunidad de origen solicitan la devolución de un objeto o espécimen que ha sido exportado o transferido en violación de los principios de los acuerdos internacionales y que forma parte del patrimonio cultural o natural de ese país o comunidad, el museo debe, si es legalmente posible, comprometerse a adoptar rápidamente las medidas necesarias para cooperar en la devolución del objeto.

6.4. Bienes culturales procedentes de un país ocupado

Los museos deben abstenerse de comprar o adquirir bienes culturales procedentes de territorios ocupados así como respetar rigurosamente las leyes y acuerdos que rigen la importación, exportación y transferencia de bienes culturales o naturales.

RESPECTO DE LAS COMUNIDADES A LAS QUE BRINDAN SUS SERVICIOS

6.5. Comunidades existentes

Si las actividades del museo ponen en peligro una comunidad existente, o su patrimonio, las adquisiciones solo se deben efectuar sobre la base de un acuerdo claro y mutuo, sin explotación del propietario ni de los informantes, prevaleciendo el respeto de los deseos de la comunidad.

6.6. Financiación de las actividades y de las comunidades

La búsqueda de financiación para actividades museísticas que implique a una comunidad existente no debe perjudicar los intereses de esta comunidad (véase 1.10).

6.7. Utilización de colecciones de comunidades existentes

La utilización de colecciones procedentes de comunidades existentes debe respetar los principios de dignidad humana así como las tradiciones y culturas de la comunidad a la que pertenecen. Este tipo de colección se debe utilizar para promover el bienestar, el desarrollo social, la tolerancia y el respeto, favoreciendo la expresión multisocial, multicultural y multilingüística (véase 4.3).

6.8. Organizaciones de apoyo

Los museos deben crear condiciones propicias para el apoyo comunitario (por ejemplo con las Asociaciones de Amigos de los museos y otras organizaciones de apoyo), reconocer la contribución de estas organizaciones y promover una relación armónica entre la comunidad y el personal de museo.

7

Los museos trabajan dentro de la legalidad.

Principio: Los museos deben actuar de conformidad con las leyes internacionales, regionales, nacionales y locales así como con los tratados. Además, el órgano rector debe cumplir cualquier obligación legal u otra condición relativa a los diversos aspectos que rigen el museo, sus colecciones y su funcionamiento.

MARCO JURÍDICO

7.1. Legislación local y nacional

Los museos deben respetar todas las leyes nacionales y locales de su lugar de origen así como las de otros Estados en la medida en que estas afecten sus actividades.

7.2. Legislación internacional

La política de los museos debe tener en cuenta la legislación internacional que rige como norma para la interpretación del Código de deontología del ICOM, a saber:

- 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 Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (2003).

8.

Los museos trabajan de manera profesional.

Principio: Los miembros de la profesión museística deben respetar las normas y leyes establecidas y mantener el honor y la dignidad de su profesión. Deben proteger al público contra una conducta profesional ilegal o contraria a la deontología. Aprovecharán cada momento para informar y educar al público respecto de los objetivos, metas y aspiraciones de la profesión, con miras a hacerle entender mejor la riqueza que representan los museos para la sociedad.

CONDUCTA PROFESIONAL

8.1. Conocimiento de la legislación que se aplica

Todos los miembros de la profesión museística deben conocer las leyes internacionales, nacionales y locales así como sus condiciones de aplicación. Evitarán las situaciones que se puedan interpretar como conductas reprochables.

8.2. Responsabilidad profesional

Los miembros de la profesión museística tienen la obligación de cumplir las políticas y los procedimientos de su institución. Sin embargo, cuentan con la posibilidad de oponerse a las prácticas que consideren perjudiciales para el museo o para la profesión o contrarias a la deontología profesional.

8.3. Conducta profesional

La lealtad hacia los colegas y el museo en que trabajan constituye una obligación profesional importante; la misma se debe basar en el respeto de los principios deontológicos fundamentales que se aplican a la profesión en su conjunto. Los profesionales de museo deben respetar los términos del Código de deontología del ICOM y conocer todos los demás códigos o políticas sobre los museos.

8.4. Responsabilidades intelectuales y científicas

Los miembros de la profesión museística deben promover la búsqueda, protección y utilización de informaciones vinculadas a las colecciones. Por tanto deben evitar cualquier actividad que pueda implicar la pérdida de estos datos intelectuales y científicos.

8.5. Tráfico ilícito

Los miembros de la profesión museística no deben, en ningún momento, contribuir de manera directa o indirecta al tráfico o comercio ilícito de bienes naturales o culturales.

8.6. Carácter confidencial

Los miembros de la profesión museística deben proteger las informaciones confidenciales obtenidas en el marco de su trabajo. Además, las informaciones sobre los objetos llevados al museo para su identificación son confidenciales y no se deben publicar ni transmitir a otra institución o persona sin la autorización específica del propietario.

8.7. Seguridad de los museos y de sus colecciones

Las informaciones sobre la seguridad de los museos, de sus colecciones y de los locales privados visitados en el ejercicio de las funciones, serán objeto de la más estricta confidencialidad por parte del personal del museo.

8.8. Excepción de la obligación de confidencialidad

La confidencialidad no puede entorpecer la obligación jurídica de ayudar a la policía o a cualquier otra autoridad pública competente a investigar sobre bienes que puedan haber sido adquiridos o transferidos ilegalmente o que hayan sido robados.

8.9. Independencia personal

Aunque los miembros de la profesión tienen derecho a una cierta independencia personal, deben ser conscientes de que ninguna actividad privada o profesional puede ser ajena a la de la institución.

8.10. Relaciones profesionales

Los profesionales de los museos desarrollan relaciones de trabajo con gran número de personas, tanto dentro como fuera de su institución. Ellos deben brindar sus servicios profesionales con eficiencia y prontitud.

8.11. Acuerdos profesionales

Si un museo no posee las competencias necesarias para garantizar una toma de decisión eficaz, el personal tiene la obligación profesional de consultar a otros colegas dentro o fuera de la institución.

CONFLICTOS DE INTERESES

8.12. Regalos, favores, préstamos u otros beneficios personales

Los trabajadores de un museo no deben aceptar regalos, favores, préstamos ni otros beneficios personales que les puedan ofrecer por la función que realizan. Ocasionalmente, por gentileza profesional se puede ofrecer y recibir regalos, pero únicamente en nombre de la institución.

8.13. Empleos o actividades externas

Los miembros de la profesión museística tienen derecho a una cierta independencia personal pero no deben realizar ningún trabajo privado o actividad profesional fuera de su institución. No deben realizar otro trabajo remunerado ni aceptar comisiones externas que sean o puedan ser contrarias a los intereses del museo.

8.14. Comercio del patrimonio cultural o natural

Los miembros de la profesión museística no deben participar de forma directa o indirecta en el comercio (venta o compra con fines lucrativos) de elementos del patrimonio cultural o natural.

8.15. Relaciones con los comerciantes

Los profesionales de los museos no deben aceptar de un negociante, subastador u otro, regalos o donaciones, cualquiera que sea su forma, que pueda conducir a la compra o cesión de objetos o a la obtención de favores ilícitos administrativos. Tampoco deben recomendar a un negociante, subastador o experto a un miembro del público.

8.16. Acopio privado

Los miembros de la profesión museística no deben competir con su museo ya sea para adquirir piezas o para cualquier actividad personal de acopio. En caso de actividad privada de acopio, el profesional de museo y el órgano rector deberán concertar un acuerdo y respetarlo escrupulosamente.

8.17. Utilización de la denominación y del emblema del ICOM

Los miembros del ICOM no están autorizados a utilizar la denominación de la organización, su sigla o su emblema para promover o patrocinar un producto o una operación comercial.

8.18. Otros conflictos de intereses

En caso de otros conflictos de intereses entre una persona y el museo prevalecerán los intereses del museo.

Glosario del Curso

A perpetuidad: Literalmente, para siempre. Término empleado como referencia a la conservación de objetos y documentos por el museo durante toda la vida del objeto.

Acceso (en el contexto de la Gestión de las colecciones, la Seguridad, etc.): El proceso de control de las entradas o salidas en los almacenes de colecciones o salas de estudio, el momento en que se producen, adónde van las personas y lo que hacen después de haber entrado.

Acceso (en el contexto de los Servicios a los visitantes, el Marketing, etc.): Ofrecer a los visitantes o a los especialistas la posibilidad de utilizar las presentaciones, las instalaciones y los servicios del museo, sus colecciones de estudio e investigación y reunirse con el personal. Ello incluye también el acceso al nivel intelectual adecuado, sin prejuicios culturales o sociales.

Acción de sensibilización: Inversiones en la creación de relaciones duraderas con el público actual y potencial del museo. La fidelidad de los visitantes y el apoyo de la comunidad local pueden demostrar a la clase política, a las empresas y a la prensa que el museo merece esta inversión.

Actividad generadora de ingresos: Actividad concebida para aportar una ganancia o un beneficio financiero a la institución.

Actores: Los diferentes grupos de público y otros interesados desde el punto de vista ético, financiero o jurídico en el museo y sus obligaciones: todas las personas susceptibles de verse afectadas directa o indirectamente por la acción del museo, es decir los empleados, funcionarios, la comunidad local o nacional, los investigadores y otros profesionales de museo, así como los visitantes.

Adquisiciones: Piezas añadidas a las colecciones del museo por donación, legado, compra, acopio en el terreno o canje.

Amigos del museo: Individuos y organizaciones jurídicamente independientes del museo pero que le brindan su apoyo financiero y/o donan su tiempo para ayudar al museo a materializar sus deseos.

Análisis de riesgo: Operación que consiste en identificar la frecuencia y la gravedad de los peligros que se ciernen sobre el museo (empleados, visitantes, colecciones, otros bienes muebles e inmuebles, reputación del museo). El resultado del análisis de riesgo es la evaluación de cada uno de los riesgos representados por una escala de cinco niveles: (a) despreciable; (b) bajo; (c) medio; (d) elevado y (e) catastrófico.

Análisis SWOT: Análisis de la situación general del museo, de su organización y del entorno. Factores internos analizados en función de las Fuerzas y Debilidades; factores externos analizados en función de las Oportunidades y Amenazas.

Aplicación de la política: Formulación y comunicación de directrices necesarias para la coordinación y la ejecución de las tareas para alcanzar los objetivos comunes del museo.

Archivo: Concepción y puesta en práctica de un sistema de recopilación de informaciones de gestión o programas.

Auditoría: (a) Procedimiento de control de la contabilidad y de la gestión de una empresa y de la ejecución de sus objetivos. (b) Examen de los documentos financieros de conformidad con los procedimientos establecidos para garantizar la validez y la exactitud de las finanzas.

Capital de marca: El capital de marca es el valor añadido que le aporta la marca al producto. Este valor puede ser considerable para el fabricante o aquel que presta el servicio. El consumidor o el público pueden otorgarle a la marca un valor positivo o negativo.

Catalogación: Operación que consiste en registrar un objeto de conformidad con un sistema de clasificación establecido al anotar la identificación, la proveniencia, los números de registro y de catálogo y la ubicación del objeto en el almacén.

Colección: Selección identificable de objetos con características comunes.

Comercio: Compra y venta de productos a cambio de una ganancia personal o institucional.

Confianza: Relación de un individuo con el museo para ejercer sus derechos y poderes de buena fe en beneficio del museo.

Conflicto de interés: Existencia de un interés privado o personal que conduce a una contradicción de principio en una situación profesional y que perjudica –o parece perjudicar– la objetividad de la toma de decisiones.

Consejo (o comité) consultivo: (a) Grupo de dirigentes especializados encargados de asesorar a las organizaciones de servicio público. (b) Grupo de

personalidades que gozan de determinada reputación, influyentes o conocidas, cuyo apoyo público refuerza la credibilidad.

Consejo de administración: Dos personas o más que representan a la dirección general de una organización.

Conservación preventiva: Medidas cuyo propósito es mantener las colecciones en un estado estable por medio del mantenimiento preventivo, los estudios de conservación, el control del entorno y de los parásitos (contrariamente a los procesos de intervención, como la restauración por ejemplo).

Conservador-restaurador: Personal de museo o personal independiente competente que se encarga desde el punto de vista técnico del examen, la protección, la conservación y la restauración de un bien cultural.

Consultor: Prestatario de servicios (mediante pago) y poseedor de una competencia diferente a la de un "empleado".

Contexto: Micro y macro-entorno de un descubrimiento arqueológico y, en particular, la relación espacial de los objetos entre ellos y su marco físico, lo que puede llevar al establecimiento científico de una relación temporal, en especial según los estratos.

Contrato: Convenio jurídico que compromete a una persona.

Contribución (donación): Transferencia de dinero o de bienes sin que exista una contrapartida.

Costo variable: Gasto asociado específicamente a una actividad e identificable por programa, proyecto o actividad.

Cuenta: Registro individual de cada categoría de activo, pasivo, equilibrio presupuestario, gastos o ingresos.

Cuenta acreedora: Sumas debidas a la organización por concepto de servicios, donaciones o promesas de donación, subvenciones, préstamos o adelantos al personal (aún no presentados) debidos pero aún no pagados.

Cuenta deudora: Deuda u obligación para con prestatarios de servicios o suministradores.

Curador: Persona encargada de coordinar y poner en práctica un proyecto de exposición.

Declaración de misión: Declaración sucinta de la razón de ser del museo, como puede ser quiénes somos, qué hacemos y porqué lo hacemos.

Déficit o excedente presupuestario: Diferencia entre los ingresos y los gastos del presupuesto.

Definición del mercado: Esfuerzos realizados por la organización para determinar y definir el(los) segmento(s) del mercado a los que deben servir sus actividades, servicios o productos.

Desarrollo organizativo: Análisis de las estructuras formales e informales del museo para determinar las necesidades y los problemas y concebir un plan sistemático de integración de cambios adecuados y factibles en el seno de las estructuras para aumentar la eficacia de los servicios ofrecidos por el museo o por uno de sus programas.

Descripción de puestos: Documento que analiza y describe las funciones de cada puesto de trabajo en el museo, su finalidad, las condiciones de empleo, las tareas y las responsabilidades principales. Estos elementos son muy importantes para la contratación de personal y la gestión diaria de los efectivos.

Destinatario: Grupo al que se dirige una exposición o presentación.

Directrices: Declaración o documento que define las normas a seguir. Las directrices pueden ser enmendadas por la autoridad competente en función de la evolución de la situación. No tienen fuerza obligatoria.

Diseñador de exposición: Persona con una formación especializada que crea formas y soluciones para una estructura o un espacio de exposición. Persona que inventa y diseña un decorado.

Diseño: Disposición de formas y colores con el fin de realzar o adornar el espacio.

Documentación: Conjunto de documentos de información en forma escrita o digital con relación a un objeto o una colección; término utilizado asimismo para el proceso de creación de registros de cada objeto de una colección.

Donación: Suma no gastada pero destinada a ser invertida y cuyas ganancias contribuyen a financiar las actividades del programa general o de una esfera especificada por el donante. El monto principal se mantiene intacto, solo se gastan los ingresos.

Empleado: Persona que realiza un trabajo remunerado y cuyas condiciones de trabajo son establecidas por el empleador. Cualquier persona que trabaje para el museo a tiempo parcial o completo.

Especificación de persona: Definida según la descripción del puesto, permite identificar las calificaciones, competencias y la experiencia necesarias para el puesto en función de las normas requeridas.

Estructura organizativa e infraestructura: Definición de las relaciones, papeles, responsabilidades y competencias en el seno de una empresa.

Estudio de los visitantes: Técnicas de estudio de mercado e investigaciones con el propósito de recopilar información sobre los visitantes, sus opiniones y su experiencia del museo, sus exposiciones y sus servicios.

Evaluación: Control o examen del grado de realización de los objetivos de un programa o una organización.

Evaluación (gestión del personal): Examen anual de un empleado por parte de un representante del empleador que evalúa los resultados pasados y las obligaciones futuras, las necesidades en materia de formación, etc.

Evento especial: Actividad que sirve para llamar la atención del público con relación al museo o recaudar fondos, como puede ser una recepción con motivo de una exposición, día de puertas abiertas, etc.

Excavación clandestina: Excavación o extracción ilegal o no autorizada de vestigios u otros bienes culturales enterrados.

Exportación ilícita: Extracción contraria a la ley de un bien perteneciente a un país.

Fondo: Elemento contable creado para justificar los recursos utilizados para actividades u objetivos específicos de conformidad con una reglamentación especial, restricciones o limitaciones especiales. Un Grupo de fondos representa, por ejemplo, los fondos de explotación y otros. Los fondos restringidos son aquellos cuyo empleo es limitado por el donante con fines específicos, a diferencia de los recursos que la organización puede utilizar para todas las actividades conformes a su misión.

Fondos consumibles: Créditos de financiación de los programas y servicios del museo. Parte del saldo presupuestario no gastado sobre las inmovilizaciones y que puede servir para satisfacer obligaciones.

Fondos especiales: Recursos destinados a fines precisos especificados por el órgano rector.

Gastos: Suma de los desembolsos con relación al presupuesto o a los recursos asignados. En el método de contabilidad de ejercicio, se diferencian los Gastos de inversión destinados a la compra, construcción, mejora o renovación de la instalación o del equipamiento, y los Gastos corrientes, como son los salarios del personal, los gastos generales de mantenimiento, los impuestos y los gastos de transporte y presentación de las colecciones.

Gestión de la información: Proceso de gestión de los diferentes tipos de información recopilada, almacenada y utilizada por el museo, incluida la documentación de las colecciones, la conservación, los trabajos de terreno y otros trabajos de estudio.

Gestión de la seguridad: Cubre todas las herramientas de gestión, las medidas y los procedimientos que tienen un impacto en el nivel de seguridad de la institución.

Gestión de las colecciones: Tratamiento y preservación de las colecciones velando por su buen estado de conservación en lugar seguro, lo que incluye la conservación, el acceso y el empleo, el inventario y el control de registro así como la administración de la composición de las colecciones en función de la misión y de los objetivos del museo.

Gestión de las instalaciones: Administración y control de la limpieza, el mantenimiento y los aspectos estructurales de un museo, así como la asistencia en la esfera de la arquitectura, la utilización del espacio o la seguridad.

Grupos destinatarios: Grupos de 5 a 9 personas seleccionadas del público que son invitadas por adelantado a intercambiar sus puntos de vista sobre temas o acontecimientos. Procedimiento cada vez más empleado en los estudios de mercado y frecuentación de los museos.

Humedad relativa (símbolo RH o rh): Índice que representa cuantitativamente el vapor de agua (gas) en el aire a una temperatura determinada. Índice expresado en porcentaje del nivel de humedad del aire saturado a una temperatura determinada.

Informatización: Proceso de transferencia de los registros manuales de cualquier clase (en particular catálogos de las colecciones y datos financieros, personales y comerciales) al almacenamiento y la gestión computarizadas.

Informe anual: Balance anual de la situación financiera u organizativa, compilado y publicado por los directores de la organización.

Informe de estado de la obra: Descripción escrita y fotográfica precisa del estado de conservación de un objeto o de un documento en un momento determinado, actualizada cada vez que el objeto es solicitado para un préstamo o una exposición. Ayuda a preparar el tratamiento de conservación.

Inventario: Estado descriptivo y verificación de los elementos que forman parte del fondo del museo. Los términos Control de inventario y Control de ubicación son utilizados para describir los sistemas de auditoría administrativa y de gestión de las colecciones en el marco de los cuales un objeto o una muestra de objetos son verificados para asegurarse de que aún forman parte de la colección y que se encuentran en el lugar adecuado (véase también Catalogación).

Lux (abreviatura lx): Unidad de medida de iluminación. Un lux equivale a 1 lumen por metro cuadrado. La exposición a la luz de un objeto o de una obra de arte representa la intensidad del flujo luminoso en lux, multiplicada por el tiempo de exposición en horas (Mlx/h).

Marca: Nombre, término, signo, símbolo, diseño o combinación de elementos que ayudan a diferenciar los productos y servicios de un vendedor o de un grupo de vendedores y a distinguirlos de los productos de los competidores (American Association of Marketing). En concreto, una marca es el nombre, el emblema o el símbolo de un producto o de un servicio, incluidos los de un museo.

Marketing: Proceso de planificación y ejecución del diseño, el precio, la promoción y la difusión de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que respondan a los objetivos individuales y organizativos.

Marketing directo: Conjunto de operaciones de promoción dirigidas a un grupo o un individuo. Al contrario de la publicidad y de las relaciones públicas, el marketing directo es controlado y se orienta hacia un blanco bien definido.

Marketing mix: Describe todas las herramientas de marketing que emplea el museo para alcanzar los objetivos de marketing. El marketing mix se basa en la definición de E. Jerome McCharty sobre las "4P del marketing": Producto, Precio, Promoción y Posición. Las "4P" demuestran que todo es marketing, desde la creación hasta la promoción del producto.

Mercado destinatario: Parte del mercado a la que aspira la empresa para sus operaciones de marketing, venta u otras.

Museo: Véase el Código de deontología profesional del ICOM, Apéndice 1.

No ácido: La indicación de un pH (test de acidez) 7 (neutro) o superior (alcalino) en una sustancia es indispensable en las salas de archivos y para los materiales de almacenamiento ya que los ácidos pueden fragilizar la celulosa en el papel, los tejidos y el cartón así como las materias proteínicas.

Norma mínima: Normas a las que aspiran normalmente todos los museos y el personal de museo. Algunos países cuentan con sus propios criterios para establecer las normas mínimas.

Obligación de diligencia: Obligación de hacer todo lo posible para establecer la exposición de los hechos antes de adoptar una línea de conducta a seguir, en particular para identificar la fuente y la historia de un objeto antes de aceptar su adquisición o empleo.

Obra de beneficencia: Término usual en algunos países para identificar a una asociación con fines no lucrativos.

Organización con fines no lucrativos: Órgano jurídicamente establecido, representado por una persona jurídica o física, cuyos ingresos (incluido cualquier excedente o ganancia) sirven solo en beneficio de este órgano y de su funcionamiento. El término "sin fines lucrativos" tiene el mismo significado.

Órgano rector: El ICOM define al órgano rector como las personas u organizaciones definidas en los textos legislativos de habilitación del museo como responsables de su perennidad, desarrollo estratégico y financiación. El término es asimismo empleado en el caso de un Consejo de Administración establecido según otros procedimientos o acuerdos jurídicos que no exigen una legislación.

Participación en los beneficios: Proceso que permite a los empleados ejercer un mayor control sobre su actividad con el fin de aumentar los resultados de la empresa.

Patrimonio cultural: La UNESCO define el patrimonio cultural como todo el espíritu de un pueblo a través de sus valores, actividades, trabajos, instituciones, monumentos y sitios. En esta definición, la UNESCO distingue en particular: el patrimonio cultural inmaterial: tradiciones orales, lenguas, eventos festivos, ritos y creencias, música y cantos, artes del espectáculo, medicina tradicional, literatura, tradiciones culinarias, juegos y deportes tradicionales.

Patrimonio natural: La UNESCO define el patrimonio natural como el conjunto de monumentos naturales constituidos por formaciones físicas y biológicas y por las

formaciones geológicas y fisiográficas que constituyen un hábitat de especies animales y vegetales amenazadas, las cuales poseen un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico o desde el punto de vista de la ciencia y de la conservación, y los sitios naturales o las zonas naturales estrictamente delimitadas que encierran un valor universal y excepcional desde el punto de vista de la ciencia, la conservación o la belleza natural.

Plan de exposición: Descripción de las fases de montaje de una exposición.

Plan de emergencia: Documento o declaración que contiene la síntesis escrita de las medidas y los procedimientos a seguir en caso de emergencia y de accidente, por ejemplo resumen del plan de trabajo, documentos metodológicos y de información utilizada para la toma de decisión, la gestión y la coordinación de los eventos.

Plan estratégico de protección del museo: Incluye todas las actividades planificadas para proteger mejor a la organización contra los diferentes tipos de riesgo (al garantizar la seguridad del museo) al nivel requerido y con prioridades claramente definidas.

Planificación: Métodos de concepción para alcanzar un objetivo. Descripción de un programa de acción con vistas a alcanzar un objetivo definido y que permite coordinar los esfuerzos colectivos.

Planificación financiera: Proceso sistemático de evaluación y armonización de las necesidades financieras o de los recursos monetarios potenciales de una empresa.

Política de colección: Documento de referencia que explica en detalle aquello que acopia un museo, porqué y cómo. Este documento público establece las normas profesionales correspondientes al acopio y a la conservación de las colecciones.

Políticas de seguridad: Documento u otras declaraciones que definen, sobre la base del análisis de riesgo, el grado de seguridad requerido para el museo (nivel aceptable de riesgos individuales).

Preservación (de las colecciones): Reducción de las pérdidas eventuales en una colección.

Préstamo entrante: Préstamo temporal de un objeto o de una colección de otro museo, una institución o un particular a ese museo sin que se produzca una transferencia de propiedad.

Préstamo saliente: Préstamo temporal de un objeto o de una colección de ese museo a otro, a una institución o a un particular sin que se produzca una transferencia de propiedad.

Presupuestación: Proceso consistente en determinar la asignación y los gastos de los recursos financieros existentes o potenciales en un período determinado. El presupuesto se establece al finalizar el proceso de planificación, en el cual representa la asignación prioritaria de recursos financieros limitados para alcanzar los objetivos del museo.

Protección de las colecciones: Enfoque holístico de la preservación y la conservación de las colecciones que cubre todos los aspectos del museo, desde las instalaciones donde éstas son almacenadas y utilizadas, hasta las políticas y prácticas elementales, la educación y la formación del personal. La preservación de las colecciones es responsabilidad de todos los empleados.

Proveniencia (u origen): Trayectoria de un objeto, incluida la de sus derechos de propiedad, desde el momento en que fue descubierto (o creado), lo que permite determinar su autenticidad y la propiedad.

Proyecto de exposición: Descripción y plano de una exposición propuesta.

Proyecto piloto: Proyecto inicial concebido y financiado para que sirva de modelo para proyectos análogos que respondan a las mismas necesidades en otras esferas.

Recursos humanos: El conjunto del personal permanente y potencial y de los voluntarios disponibles para ayudar al museo a cumplir su misión. Este término, más que el antiguo "Personal", insiste en el hecho de que la fuerza de trabajo es una de las ventajas más valiosas (y de las más costosas) del museo que es conveniente administrar al igual que las colecciones y las instalaciones.

Registro: Aceptación formal de un objeto en una colección y su inscripción en el registro del museo junto con una transferencia de propiedad.

Relaciones comunitarias: Actividades encaminadas a establecer vínculos y una interacción con toda la comunidad así como con categorías específicas.

Relaciones públicas: Esfuerzo deliberado, planificado y sostenido con vistas a establecer y fortalecer la comprensión mutua entre una organización y su público.

Retirada: Cesión de un objeto o de una colección del registro y de las posesiones del museo.

Riesgo (para las colecciones): Grado de peligro de pérdida total, catastrófica, gradual o acumulativa de las colecciones como resultado de una acción natural o humana, accidental o deliberada. El riesgo puede ser definido como el producto de una probabilidad y de las consecuencias del incidente, es decir $\text{Riesgo} = \text{Probabilidad} \times \text{Consecuencias}$.

Riesgo aceptable: Un riesgo cuya frecuencia y alcance no pueden provocar pérdidas de envergadura a la organización (ej. degradación de un objeto que forma parte de una colección, deterioro del estado de salud, etc.). El grado de aceptación, es decir el alcance de las pérdidas aceptables, es definido por la propia organización en virtud de criterios éticos y de la legislación del país.

Robo: Apropiación de un bien con el propósito de despojar de él a su propietario.

Segmentación del mercado: División del mercado en segmentos geográficos y/o demográficos para determinar aquellos en los cuales el museo tiene mejores posibilidades. Estos segmentos pueden ser después escogidos como destinatarios.

Seguridad: Control del acceso al museo del público, el personal y los investigadores para limitar las posibilidades de robo y la destrucción de las colecciones.

Seguridad del museo: Capacidad inmediata del museo de realizar una de sus tareas elementales, a saber proteger a los empleados, los visitantes, las colecciones, otros bienes muebles e inmuebles así como su reputación.

Seguro: Cobertura de riesgos por medio de un contrato que certifica que una parte (en general una compañía de seguros, pero en algunos casos un gobierno) indemniza u ofrece una garantía a la otra parte en caso de pérdida resultante de un riesgo específico.

Sistema de seguridad del museo: Todos los medios técnicos y las medidas organizativas para mantener el nivel de seguridad requerido.

Subvención: (a) Ayuda financiera que permite la puesta en marcha de un proyecto o de un programa sobre la base de un presupuesto, una propuesta o un programa aprobados. (b) Donación hecha con fines precisos o no especificados.

Título legal de propiedad: Derecho legal de propiedad en el país concernido. En algunos países, puede tratarse de un derecho conferido, que no basta para responder a los imperativos de la obligación de diligencia.

Título válido de propiedad: Derecho indiscutible para hacer valer la propiedad de un objeto por medio de la historia detallada de dicho objeto desde el momento del descubrimiento o de la creación.

Trabajo en equipo: Esfuerzo y actividad coordinada entre varios individuos que se distribuyen una tarea.

Valoración (gestión de las colecciones): Autenticación y evaluación financiera de un objeto o de un ejemplar. En algunos países, designa la evaluación independiente de una propuesta de donaciones con el propósito de disfrutar de ventajas fiscales.

Visitante –real, potencial y virtual: Los visitantes reales constituyen el público del museo, los visitantes potenciales son aquellas personas de la misma comunidad o región que el museo desea atraer, y los visitantes virtuales son aquellos que utilizan las informaciones y otros recursos del museo en Internet al visitar los sitios y las bases de datos electrónicas de las colecciones y de los documentos del museo.