



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

Esquemas de excelencia aplicables a museos: Procesos de acreditación, certificación y otros estándares de gestión

Ángela Constanza Gómez Poter

Universidad Nacional de Colombia
Facultad de Artes
Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio
Bogotá D.C. Colombia
2021

Esquemas de excelencia aplicables a museos: Procesos de acreditación, certificación y otros estándares de gestión

Ángela Constanza Gómez Poter

Trabajo Final presentado como requisito para optar al título de:
Magíster en Museología y Gestión del Patrimonio

Directora:

Mag. Ana María Sánchez Lesmes

Universidad Nacional de Colombia
Facultad de Artes
Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio
Bogotá D.C. Colombia

2021

*Somos lo que hacemos día a día. De modo que la
excelencia no es un acto sino un hábito.*

Aristóteles

Agradecimientos

Quiero expresar mi gratitud a la profesora Ana María Sánchez Lesmes, por su interés y por brindarme su valioso apoyo, orientación y asesoría como directora de este trabajo de grado.

A los docentes y compañeros de la Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio de la Universidad Nacional de Colombia, por hacer parte de este proceso de formación y por los buenos momentos que compartimos.

Al profesor Carlos Eduardo Sarmiento Monroy director del Museo de Historia Natural de la Universidad Nacional de Colombia, por su disposición y por la ayuda que me proporcionó en la labor efectuada en el museo.

A mi familia por su comprensión e incondicional apoyo. De manera muy especial a mi madre por estar siempre a mi lado y no dejarme desfallecer.

Finalmente agradezco a todas las personas que me motivaron y que contribuyeron en alguna medida al desarrollo de este trabajo.

Resumen

Esquemas de excelencia aplicables a museos: Procesos de acreditación, certificación y otros estándares de gestión

Este trabajo está integrado por tres secciones que conforman los requisitos para obtener el título de Magister en Museología y Gestión del Patrimonio. El primero, es el trabajo de orden conceptual denominado “Esquemas de excelencia aplicables a museos: Procesos de acreditación, certificación y otros estándares de gestión” que aborda distintos modelos y sistemas de calidad que pueden ser implementados en entidades museales en Colombia. El segundo, presenta la memoria del trabajo colaborativo que se llevó a cabo para la elaboración de la propuesta de renovación museográfica de la Casa Museo Hacienda “El Paraíso”. Finalmente, en la tercera parte, se presenta la memoria de la práctica efectuada en torno al tema de virtualidad en el Museo de Historia Natural de la Universidad Nacional de Colombia.

Palabras clave: Museología, gestión, calidad, acreditación de museos, certificación de museos, virtualización de museos, buenas prácticas en entidades museales.

Abstract

Excellence Schemes Applicable to Museums: Accreditation, Certification and Other Management Standards Processes

The document is composed by three sections which fulfill the requirements to obtain the Master's degree in Museology and Heritage Management. The first section is the conceptual work called "Excellence Schemes Applicable to Museums: Accreditation, Certification and Other Management Standards Processes" that addresses different models and quality systems that can be implemented in museum entities in Colombia. The second section explains the memory of the collaborative work that was developed for the elaboration of the museographic renovation proposal of the Hacienda "El Paraíso" House Museum. Finally, in the third section, the memory of the practice carried out around the topic of virtuality in the Natural History Museum of the National University of Colombia is presented.

Keywords: Museology, management, quality, museum accreditation, museum certification, museum virtualization, good practices in museum entities.

Contenido

	Pág.
1 Trabajo de Orden Conceptual	12
Introducción	13
1.1 Planteamiento del problema	15
1.2 Acercamiento preliminar a los procesos de reconocimiento de la calidad	22
1.3 Procesos de reconocimiento de la calidad aplicables a Museos	34
1.4 Resultados y análisis	56
1.5 Referencias.....	82
2 Trabajo Colaborativo	88
Introducción	89
2.1 Información de la Hacienda “El Paraíso”	91
2.2 Proyecto: Propuesta de renovación museográfica Hacienda “El Paraíso”	93
2.3 Actividades realizadas en el marco del Trabajo Colaborativo	99
2.4 Reflexiones	112
2.5 Referencias.....	117
3 Práctica.....	119
Introducción	120
3.1 Información del Museo de Historia Natural de la Universidad Nacional de Colombia	121
3.2 Descripción de las actividades realizadas	125
3.3 Consideraciones sobre la implementación electrónica de un Museo	167
3.4 Referencias.....	175

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1-1 Servicios de Acreditación del ONAC	32
Figura 1-2 Mapa de procesos del Museo Casa de la Memoria	44
Figura 1-3 Objetivos de Desarrollo Sostenible	50
Figura 1-4 Propuesta de mapa de procesos para una institución museal	72
Figura 1-5 Representación de la norma ISO 9001 con el ciclo PHVA.....	73
Figura 1-6 Etapas para la implementación de la norma ISO 9001	74
Figura 1-7 Sistema Integrado de Gestión Institucional SIGI.....	76
Figura 2-1 Ubicación de la Hacienda “El Paraíso” (2021) Google Maps	92
Figura 2-2 Interior de «Tienda de Antigüedades - Imperio» en el sector de Chapinero ..	103
Figura 2-3 Modelado 3D de la Sala 1. Aposento de Efraín	106
Figura 2-4 Señalización del aposento de María	107
Figura 2-5 Identificación de la Hacienda “El Paraíso” / Entrada de la casa museo	108
Figura 2-6 Propuesta de identidad visual de la casa museo	108
Figura 2-7 Señalización de salas.....	109
Figura 2-8 Señalización de servicios	110
Figura 2-9 Señalización de elementos exteriores.....	110
Figura 2-10 Señalización de planos de ubicación	111

Figura 3-1 Ubicación del Museo de Historia Natural (2021) Google Maps.....	122
Figura 3-2 Imagen presentada en el reto #gettymuseumchallenge.....	130
Figura 3-3 Equipo de trabajo del proyecto «Acercando la comunidad a la naturaleza desde la virtualidad en el Museo de Historia Natural»	133
Figura 3-4 Estructura general del sitio web del MHN	142
Figura 3-5 Página de inicio del sitio Museo de Historia Natural http://historianatural.unal.edu.co/	143
Figura 3-6 Página de Inicio del sitio A «Información del Museo»	144
Figura 3-7 Mapa del Sitio A «Información del Museo»	145
Figura 3-8 Página de inicio del sitio B “salas físicas”	148
Figura 3-9 Mapa del sitio B «Salas físicas»	148
Figura 3-10 Página de inicio del sitio C “Recorrido por la Biodiversidad de Colombia”...	149
Figura 3-11 Mapa del sitio C “Recorrido Virtual por la Biodiversidad de Colombia”	150
Figura 3-12 Página principal de la cuenta de Facebook del Museo de Historia Natural .	152
Figura 3-13 Cuenta de Twitter del Museo de Historia Natural	153
Figura 3-14 Cuenta de Instagram del Museo de Historia Natural.....	154
Figura 3-15 Canal de YouTube del Museo de Historia Natural	155
Figura 3-16 Número de seguidores del Museo de Historia Natural por red social	157
Figura 3-17 Colección del MHN registrada en UNSIB.....	159

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1-1 Organismos certificadores de Colombia acreditados por ONAC	42
Tabla 1-2 Sistemas de información de museos y ONAC	77
Tabla 2-1 Cronograma del proyecto.....	98
Tabla 2-2 Lista de mobiliario y utilería de la sala 1. Aposento de Efraín	102
Tabla 2-3 Guion museográfico sala 1. Aposento de Efraín.....	105
Tabla 3-1 Cronograma de actividades de la labor realizada en el MHN	134
Tabla 3-2 Análisis DAFO y CAME virtualización museos	161

1 Trabajo de Orden Conceptual

Esquemas de excelencia aplicables a museos.

Procesos de acreditación, certificación y otros estándares de gestión

Introducción

Este documento plantea una síntesis general y consolida aspectos técnicos sobre los modelos de excelencia que pueden eventualmente servir de referencia para ser aplicados en los museos, permitiendo al lector una comprensión de lo que significan estos complejos procesos en la transformación y mejora de la gestión de las organizaciones museales, en relación con la calidad de sus productos y servicios, y a la satisfacción de las necesidades de sus usuarios.

El desarrollo de este Trabajo Final se ha dado en particulares condiciones y surge por varios motivos. Por un lado, la cercanía que tengo profesionalmente con la implementación de un sistema integrado de gestión en una entidad educativa del sector público, que hizo que me cuestionara sobre lo complicado que puede resultar poner en marcha las directrices sobre acreditación de museos en Colombia e implementar modelos de calidad en museos, y que me ha incentivado a hacer una búsqueda de las posibles vías que sirvieran para dar un primer paso en el desarrollo de estos modelos de excelencia en instancias museales, que no necesariamente tienen como fin alcanzar una certificación o una acreditación. Así mismo, consulté diferentes fuentes que me permitieran encontrar la relación de los museos con otros sectores como el cultural y el turístico, para encontrar convergencias en sus modelos de gestión, entendiendo el importante rol que tienen los museos en el desarrollo de estos campos. Ahora bien, me es necesario resaltar que la obtención de las referencias del documento fue realizada a través de medios electrónicos debido a la situación de pandemia que se ha venido presentando desde el 2020 y el 2021, años en los que se elaboró el trabajo. Por fortuna, en internet hay un innumerable volumen de archivos, artículos y entrevistas sobre el tema. No obstante, la cantidad abrumadora de información hizo que el proceso de selección de contenidos tomara gran parte del tiempo.

Quiero resaltar también de antemano que poner en práctica estos esquemas, puede resultar muy complejo porque requiere de una gestión transversal, que implica actores sociales e instancias políticas y administrativas diversas, que generalmente no están de

acuerdo, los que dificulta la toma de decisiones y la ejecución de tareas colaborativas. Sin embargo, busco con mi trabajo motivar el actuar de los profesionales en museos de una manera ética y en el marco de unas buenas prácticas.

Sobre la estructura del documento, en una primera instancia, se ofrece una lectura que aproxima a la casuística de los procesos -tanto en acreditación como en certificación- en sectores como el académico, el de la salud, y el comercial, que tienen más desarrollados estos esquemas en el país. En la segunda parte, se presentan algunos modelos de excelencia de nivel nacional e internacional, que están siendo implementados o que podrían aplicarse en los museos de Colombia. A continuación, se proponen elementos de reflexión sobre la pertinencia, los beneficios e inconvenientes que se presentan al poner en marcha estos modelos; en este apartado, se expone un punto importante dirigido especialmente a los sistemas de información. Por último, se brinda una serie de herramientas básicas obtenidas de diferentes fuentes o de elaboración propia, que pueden ser útiles para aquellos profesionales que quieran que sus museos inicien el camino de la excelencia.

1.1 Planteamiento del problema

1.1.1 Antecedentes

Más allá de componer una historiografía alrededor de cómo se sitúa el tema de la acreditación de museos en el contexto colombiano, mi pretensión es hacer un reconocimiento sobre algunos antecedentes que considero relevantes y que, a nivel personal, en el marco de mi formación como museóloga, han sido una plataforma para la formulación de este trabajo.

A través de la Ley General de Cultura (Ley 397 de 1997) se creó el Ministerio de Cultura (en adelante Mincultura) y por medio de los artículos 49 al 55 se establecieron sus funciones y responsabilidades respecto al desarrollo de los museos: Fomento de museos, Investigación científica e incremento de las colecciones, Especialización y tecnificación, Protección y seguridad de los museos, Conservación y restauración de las colecciones y sedes de los museos, Control de las colecciones y gestión de los museos públicos y privados y Generación de recursos. En el marco de la Ley se estable que Mincultura a través del Museo Nacional desarrollará programas permanentes de *apoyo a la gestión de los museos*, y procurará la creación de incentivos a las donaciones y contribuciones de mecenazgo para el funcionamiento y desarrollo de los museos públicos y privados.

En enero de 2010 el Ministerio de Cultura de Colombia elaboró el *Compendio de Políticas Culturales*, una recopilación de todas las políticas culturales emitidas por esta institución, constituyéndose en un documento de consulta y como un instrumento de análisis crítico, de diálogo y de debate público entre diferentes sectores para el fortalecimiento de la cultura. El compendio cuenta con dos secciones, la primera presenta la evolución histórica, análisis y retos de las políticas culturales en Colombia, la segunda, compila las políticas culturales organizadas en 6 áreas temáticas: (i) Artes, (ii) Memoria y patrimonio, (iii) Creación, circulación y apropiación de sentidos, (iv) Promoción de la cultura, (v) Gestión

internacional de la cultura y (vi) Casas de la cultura. En la segunda área temática que reúne las políticas en el área de Memoria y Patrimonio, se presenta la Política Nacional de Museos que tiene como objetivo (Mincultura, 2010):

Reconocer, consolidar y desarrollar la riqueza, diversidad y potencial de los museos del país, orientar las acciones que se deben emprender por parte del Estado, en coordinación con los actores públicos y privados relacionados con el sector, para el fortalecimiento y mejoramiento de las prácticas museísticas.

En dicha política se establecen objetivos específicos y líneas de acción dirigidas a elevar el nivel de los estándares de calidad de los museos, se destaca la línea por ser de interés para este trabajo: “Apoyar la Conformación de un Consejo de Acreditación de Museos” como una entidad que apoye y fortalezca el sector museístico del país.

Dentro de este marco, el ICOM-Colombia¹ tiene dentro de sus objetivos estratégicos, gestionar relaciones y alianzas estratégicas con entidades internacionales como la Asociación Americana de Museos (en adelante AAM) para impulsar la creación del Sistema Nacional de Acreditación de Museos y desarrollar proyectos de acreditación de los museos (ICOM, s.f.).

En esta revisión cabe destacar el procedimiento de registro y clasificación de entidades museales del país, establecido por la Resolución 1976 de 2013 del Ministerio de Cultura, cuyo objetivo es recopilar información que permita comprender, identificar y establecer el nivel de desempeño, así como, la diversidad de entidades museales del país, que albergan patrimonio material, inmaterial y natural. Dicho registro se realiza en línea por intermedio del Sistema de Información de Museos Colombianos – SIMCO. Una vez revisada, analizada y aclarada la información suministrada por el museo, en caso de presentarse inquietudes, el Programa de Fortalecimiento de Museos, expedirá un certificado de registro y publicará el museo en el portal www.museoscolombianos.gov.co. Este registro deberá ser actualizado cada tres años, con el fin de determinar su avance y nivel de cumplimiento de los requisitos mínimos de desempeño. La entidad museal que obtenga el registro podrá

¹ La Asociación ICOM-Colombia es una asociación privada, sin ánimo de lucro y con personería jurídica es la organización nacional de los museos y sus profesionales, comprometida con el desarrollo del sector museístico y su consolidación; con la representación del sector en ámbitos de discusión de política pública sobre museos y patrimonio, y con la preservación, sostenibilidad y comunicación del patrimonio cultural y natural en el ámbito colombiano.

acceder a estímulos y beneficios dentro de los que se encuentran, acceder a asesorías para mejorar la gestión y administración del museo, participar en las convocatorias realizadas por el Ministerio de Cultura, obtener una licencia de uso del software “Colecciones Colombianas” para inventariar, registrar, catalogar y gestionar sus colecciones y finalmente consolidar indicadores para su proyección nacional e internacional.

De todo lo expuesto anteriormente, se evidencia que hay políticas formuladas por el Ministerio de Cultura y objetivos estratégicos del ICOM-Colombia orientados al desarrollo de procesos de acreditación en entidades museales, sin embargo, no hay evidencia de la conformación de un Consejo de Acreditación de Museos, ni del Sistema Nacional de Acreditación de Museos propuestos en estas directrices y en consecuencia no hay museos acreditados en el país bajo un sistema colombiano. El único museo acreditado, a la fecha de la escritura de este documento, es el Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá, acreditación otorgada por la Alianza Americana de Museos.

- **Precedentes de la discusión sobre la acreditación de museos en Colombia**

Los aportes y cuestionamientos que ha realizado la Maestría de Museología y Gestión del Patrimonio de la Universidad Nacional de Colombia (en adelante UNAL), frente al tema de la acreditación de museos en el país han sido numerosos. Para empezar, parte de los docentes del programa académico han participado en instancias como la Junta Directiva del Consejo Internacional de Museos ICOM-Colombia, la Mesa de Museos de Bogotá, las redes regionales de museos y los diferentes comités de discusión de la política nacional de museos (López, 2015), en las que se han originado planteamientos para el reconocimiento, la cualificación y articulación de museos tanto en la UNAL, como en Bogotá, en Colombia y en Latinoamérica.

En relación al proceso de acreditación, dentro de las ideas que se presentaron en 2008, en el marco de la discusión de la política nacional de museos, se propusieron varios puntos relacionados con: la profesionalización en el campo, el debate sobre la tipología de las instituciones museales, el diagnóstico y estudio de proyectos museológicos, la construcción de planes de mejora, el relacionamiento y la participación del Estado y otros

sectores de la sociedad y el establecimiento de diálogos con la comunidad museológica internacional. (López, 2015).

En el marco del objetivo estratégico No. 2 “Establecer y ejercer el liderazgo en relación con los museos”, del plan de acción del ICOM-Colombia 2009-2011 y como un planteamiento estratégico de la maestría para la consolidación del sector de los museos en Colombia, en 2013, los estudiantes María Claudia Molano, Carmen Cecilia Acuña, Román Flores y Manuel Amaya, elaboraron a través de un trabajo colaborativo² para su trabajo de grado, la propuesta conceptual “Premio Nacional de Museos ICOM-Colombia”, buscando incentivar las buenas prácticas museales y redefinir el sitio que ocupan los museos y otras entidades patrimoniales en el segmento cultural. Esta iniciativa estrechamente relacionada con el proceso de acreditación, contribuía a solventar debilidades en las prácticas museológicas en el país y facilitar la consolidación de un modelo de promoción museológica unificado (Acuña, Amaya, Flores y Molano, 2013). A través del proceso de evaluación por pares llevado a cabo para otorgar los premios, se contribuye a la validación y al reconocimiento de los museos, lo que permite contar con cierto prestigio al interior del campo y en otros ámbitos de la sociedad, del mismo modo, estas acciones generan relaciones entre diferentes actores del sector. Por otra parte, los efectos de premiación, legitimación y consagración, dan visibilidad al museo en el sector social y político y otorgan a sus directivas ciertos márgenes de gestión ante organizaciones gubernamentales. (W. López, entrevista personal, 3 de diciembre de 2021).

Otra estrategia de la maestría que quedó incluida en el plan de acción del ICOM-Colombia 2009-2011 para consolidar el sector, fue la propuesta de creación del Consejo Nacional de Acreditación de Museos, que buscaba establecer el proceso de evaluación y cualificación de los museos de todo el país como una macroestrategia para su fortalecimiento a largo plazo (López, 2015). Si bien estas propuestas no se desarrollaron, desde mi punto de vista se pueden retomar y considerar para la estructuración de estrategias que incentiven la acreditación de museos en el país.

² El trabajo colaborativo es uno de los cuatro componentes del trabajo de grado de la Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio. Su objetivo, además de desarrollar referentes éticos y metodológicos para el trabajo en equipo, es la construcción de proyectos museológicos que, eventualmente, podrán ser ofrecidos a las instituciones de la gestión del patrimonio en el ámbito colombiano.

Por otra parte, dentro de sus programas de divulgación académica relacionados con la gestión y la acreditación de museos, la maestría organizó en Bogotá, en 2007, la “I Cátedra Latinoamericana de Museología y Gestión del Patrimonio Cultural”. En este evento se trataron temas acerca de gestión de calidad institucional y sobre construcción de indicadores de acreditación de museos. Por otra parte, se propuso la conformación de una Red Latinoamericana de Museos Universitarios, que tendría dentro de sus objetivos, incrementar la excelencia de entidades encargadas de gestionar el patrimonio cultural. Aunque esta iniciativa no logró materializarse, sí permitió fortalecer lazos de cooperación entre diferentes museólogos y la consolidación de la comunidad docente de la maestría en el orden nacional e internacional (Lopez, 2015).

Así mismo, en el año 2011 se realizó en el Claustro de San Agustín la clase abierta con la especialista en museos Terrie Rouse: “Acreditación y profesionalidad en el ámbito de los museos, hacia la institucionalización de las buenas prácticas”. El taller fue organizado por el ICOM-Colombia, la Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio y la Embajada de los Estados Unidos en Colombia, con el apoyo del Sistema de Patrimonio Cultural y Museos de la UNAL y el Museo Nacional de Colombia. La clase que se llevó a cabo en el marco de las actividades académicas de la Asamblea Anual de ICOM-Colombia, tuvo como fin realizar un acercamiento a las metodologías asociadas a la acreditación de museos, así como presentar conceptos esenciales de buenas prácticas museológicas.

En el 2012, durante la celebración del Día Internacional de los Museos, se llevó a cabo la conferencia: ¿Acreditación? ¿Museos? ¿Todo esto sirve para algo?, a cargo de John Simmons³, docente invitado de la maestría. El evento fue organizado por la Maestría en Museología y Gestión de Patrimonio de la UNAL el Sistema Distrital de Arte, Cultura y Patrimonio y el ICOM-Colombia, con el apoyo del Centro Ático de la Pontificia Universidad Javeriana.

El Sistema de Patrimonio Cultural y Museos de la UNAL, creado y puesto en funcionamiento en 2007, es uno de los grandes aportes del equipo de la maestría. En este

³ John Simmons es profesor invitado de la Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio de la Universidad Nacional de Colombia. Es curador y asesor internacional de colecciones de ciencias naturales. Trabaja como asesor y par museológico en los procesos de acreditación de museos de la Alianza Americana de Museos.

espacio de gran valor pedagógico y que es clave para el sector, se generaron metodologías en diferentes dimensiones para la estandarización, activación y divulgación del patrimonio cultural de la Universidad Nacional, replicables en otros contextos, que favorecieron, entre otros, al diagnóstico y registro de las colecciones de la institución, así como a la estructuración de programas de divulgación y otros esquemas de carácter educativo y de exhibición. Dentro de dichas estrategias se tuvo el programa “Ida y Vuelta”, un proyecto de exposiciones itinerantes temporales, que fue llevado a diferentes lugares del territorio nacional (W. López, entrevista personal, 3 de diciembre de 2021). Así mismo se implementó un administrador de contenidos web para los museos de la UNAL Sede Bogotá: www.museos.unal.edu.co. (García, Matiz, y Suárez, 2012).

Finalmente, cabe destacar que en una de las emisiones de la colección “Hacia una Ley de museos en Colombia”, del programa radial Museos en Contexto⁴, se realizó en mayo de 2016 una entrevista al profesor John Simmons sobre el “Plan Estratégico 2016-2020 de la Alianza Americana de Museos” (Simmons, 2020). En dicha conversación el profesor Simmons mencionó las funciones y la operación de la alianza, las acciones y estrategias adelantadas en su programa de acreditación de museos y se señalaron algunos aspectos clave para lograr la sostenibilidad en las entidades museales. A mi modo de ver, este tipo de conversaciones académicas aportan significativamente al campo, puesto que brindan elementos que se pueden adoptar para la estructuración de un programa de acreditación de museos en el país. Así mismo, estas charlas incentivan a otros museos a poner en marcha procesos de acreditación con instancias de carácter internacional como lo hizo el Museo de Arte Contemporáneo.

En conclusión, la maestría no solo ha enfocado sus esfuerzos en formar capital humano en el área de la museología, sino que por medio de su liderazgo crítico en diferentes ámbitos académicos y políticos ha generado sinergias y ha propuesto estrategias orientadas a la consolidación de una cultura y comunidad museal tanto en la universidad, como en el país y en América Latina. Desde mi punto de vista, las iniciativas propuestas desde la maestría contribuyen a alimentar el debate sobre la importancia de contar con un

⁴ Programa radial de la UNAL que presenta contenidos sobre museología y patrimonio cultural a nivel nacional e internacional. Se puede acceder a este programa radial a través de internet por streaming en el siguiente enlace: <http://radio.unal.edu.co/categorias/museos-en-contexto>.

programa de acreditación construido colectivamente que sirva como herramienta para incrementar la cualificación, mejorar la prestación de los servicios y posibilitar el reconocimiento de los museos en el país. Por otra parte, ha sugerido estrategias dirigidas a incentivar la implementación de las buenas prácticas museológicas, base fundamental de un proceso de acreditación.

1.1.2 Justificación

El presente Trabajo de Orden Conceptual se centrará en realizar una aproximación a los esquemas de acreditación, certificación y otros estándares que pueden ser aplicados a entidades museales, considerando que en Colombia no se cuenta con un mecanismo unificado que facilite verificar o monitorear que la gestión de los procesos de un museo, su oferta cultural y educativa y la prestación de sus servicios se lleva a cabo bajo estándares de calidad y buenas prácticas museísticas. Es así como esta identificación, nos permitirá descubrir otros modelos que coadyuven al aseguramiento de la calidad, la mejora continua, el reconocimiento y el posicionamiento de los museos a nivel nacional e internacional.

1.1.3 Objetivos

- **General**

El objetivo general de este trabajo de orden conceptual es presentar un panorama general de los esquemas de calidad nacionales e internacionales aplicables a entidades museales de Colombia, para brindar elementos que aporten al aseguramiento de la calidad y la implementación de las buenas prácticas museísticas.

- **Específicos**

- a. Distinguir y comparar los conceptos de acreditación y certificación.

- b. Conocer modelos de acreditación y certificación en Colombia que aplican a otros sectores.
- c. Identificar modelos de acreditación, certificación y otros esquemas de calidad a nivel nacional e internacional que aplican a museos.
- d. Estructurar elementos preliminares que permitan la aplicación de estándares de calidad en museos.

1.2 Acercamiento preliminar a los procesos de reconocimiento de la calidad

Los museos, en tanto agentes que contribuyen al desarrollo de la sociedad, deberían actuar bajo criterios de alta calidad, que demuestren públicamente que prestan profesionalmente sus servicios, que han logrado una madurez para desempeñar efectivamente sus procesos y que alcanzan exitosamente sus resultados. La calidad debe entenderse como un instrumento que promueve la cultura de hacer las cosas bien y responsablemente, a través del cumplimiento de requisitos dirigidos a satisfacer las necesidades de sus públicos, y que, por otra parte, posibilita la identificación de fallas en la gestión de la institución, para su corrección y mantiene y mejora cualidades existentes.

Pese a todas estas grandes ventajas, si no hay un verdadero compromiso de la institución en manos de sus directivos y de sus colaboradores en llevar a cabo estos procesos de una manera constante y si no hay conciencia de los beneficios tanto internos como externos que pueden traer, se podrían ver disminuidos todos los esfuerzos, el sistema de gestión no tendrá éxito y nunca agregará valor a la organización. Quedaría todo como una simple declaración de intenciones, que solo es tomada en cuenta en el momento en el que se realizan las auditorías internas y externas para evaluar su desempeño.

Para abordar el tema en cuestión, es necesario presentar una serie de definiciones y conceptos que permitan al lector contar con elementos que le den claridad sobre lo que se entiende actualmente por acreditación y certificación en Colombia, y que le faciliten la

comprensión de estos procesos de reconocimiento de la calidad aplicables en organizaciones museales y en otros sectores.

Estos estándares de calidad, adoptados del sector empresarial, buscan incrementar el valor y garantizar el funcionamiento de las organizaciones de manera eficiente y transparente, e impulsarlas a obtener su mejor versión, lo que posibilita transmitir profesionalismo y confianza a sus públicos. En esencia, permiten estructurar, estandarizar y documentar procesos que sean replicables al interior de la entidad.

Los esquemas de acreditación y certificación aplican a toda la organización desde el área directiva hasta los servicios generales, en donde adquieren especial importancia la voluntad de cambio, la autoevaluación o autocrítica, y la mejora continua, acciones de mucha dedicación que producen cambios culturales, transformando gradualmente la entidad. Estos modelos pueden resultar provechosos para instituir parámetros de excelencia en todas las funciones museológicas: colecciones, educación, estados financieros, museología, museografía, etc.

1.2.1 Acreditación

La primera definición a la que haré referencia es a lo que se entiende por acreditación. El concepto más claro y completo desde mi perspectiva, se encontró en ISOTools Excellenc (s.f.)⁵:

La acreditación es un proceso voluntario mediante el cual se fijan una serie de criterios que permiten que una organización sea capaz de medir la calidad de los servicios o productos que se prestan a usuarios, y el rendimiento de los mismos frente a estándares reconocidos a nivel nacional o internacional. El proceso de acreditación implica la autoevaluación de todas las áreas o servicios de la organización, así como una evaluación en detalle por un equipo de expertos externos.

⁵ Plataforma tecnológica para la gestión de la excelencia y la conformidad empresarial

Los modelos de acreditación más reconocidos actualmente en Colombia son:

- Acreditación de Alta Calidad⁶ para programas o Instituciones Educativas
- Acreditación en Salud
- Acreditación de Organismos de Evaluación de la Conformidad

1.2.1.1 Acreditación de Alta Calidad de programas e instituciones educativas

La Acreditación de Alta Calidad de programas e instituciones educativas, es un modelo establecido por el Consejo Nacional de Acreditación (en adelante CNA)⁷, en el que se otorga una certificación por parte del Estado sobre la calidad de un programa o institución, basado en la capacidad de autoevaluación y autorregulación, la pertinencia social de su misión y del proyecto institucional, el cumplimiento de sus fines misionales en docencia, investigación y proyección social, el impacto de la labor académica en la sociedad, el desarrollo de las áreas de administración y gestión, bienestar y de recursos físicos y financieros, y su relación con el modelo de calidad del CNA. El tiempo de otorgamiento de acreditación oscila entre seis (6) y diez (10) años, dependiendo del grado de consolidación, sostenibilidad e impacto de la institución o del programa académico. (CNA, 2021).

Este es un proceso voluntario en el cual intervienen las Instituciones de Educación superior; los pares académicos designados por el CNA, que por su experiencia reconocen y evalúan la calidad de la institución; el CNA, que dirige, organiza y fiscaliza el proceso y recomienda al Ministerio de Educación Nacional (en adelante MEN) la acreditación y este último, a quien corresponde emitir el acto de acreditación.

▪ Etapas del proceso de Acreditación de Alta Calidad

⁶ La acreditación es el acto por el cual el Estado adopta y hace público el reconocimiento que los pares académicos hacen de la comprobación que efectúa una institución sobre la calidad de sus programas académicos, su organización y funcionamiento y el cumplimiento de su función social (Acuerdo CESU 01 de 2020, Por el cual se definen el reglamento, las funciones y la integración del Consejo Nacional de Acreditación – CNA.)".

⁷ Los Lineamientos y aspectos por evaluar para la acreditación en alta calidad de las instituciones de educación superior, fueron aprobados por el Consejo Nacional de Educación Superior – CESU en la sesión del 23 de marzo de 2021.

De acuerdo al CNA (2020), las etapas que deben cumplir los actores que participan en el proceso de acreditación de alta calidad en instituciones y programas académicos, bajo los principios de transparencia, de organización, de responsabilidad, entre otros son:

- a. Apreciación de condiciones iniciales. Tiene por objeto establecer, si la institución o el programa académico que busca su acreditación por primera vez, tiene el potencial para continuar con el trámite de acreditación. Contempla las siguientes sub etapas: (i) Solicitud de inicio de proceso de apreciación de condiciones iniciales, (ii) Verificación del cumplimiento de requisitos, por parte de los miembros del CNA, (iii) Visita de apreciación de condiciones iniciales, (iv) Comunicación del CNA a la institución sobre el resultado.
- b. Autoevaluación, llevada a cabo por cada institución o programa académico, tiene como objeto valorar el desarrollo de sus funciones misionales, con el fin de alcanzar la calidad en sus procesos. Esta actividad termina con un informe de resultados y un plan de mejoramiento.
- c. Evaluación externa por pares académicos, que se basa en el informe de autoevaluación y la visita realizada por los pares académicos, y culmina con un informe sobre la calidad de la institución o el programa académico.
- d. Evaluación integral, realizada por el CNA a partir de los informes de autoevaluación y de evaluación externa, de las observaciones que la institución realice al informe de los pares académicos y otra información que se considere pertinente. El resultado final es un concepto del CNA en el que se recomienda al MEN, la acreditación de la institución y su temporalidad, o un concepto con sugerencias de mejora dirigido a la institución.
- e. Expedición del acto administrativo expedido por el MEN.
- f. Seguimiento y Evaluación de los planes de mejoramiento, solicitada por las instituciones al CNA, busca el mejoramiento continuo, el aseguramiento de la calidad y el mantenimiento de la acreditación, en las instituciones y en los programas académicos.

A partir de la consulta de Instituciones Educación Superior acreditadas en Colombia, realizada el 5 de julio de 2021 en la plataforma web del Sistema Nacional de Información

de la Educación Superior - SNIES⁸ se obtuvieron los siguientes datos: De las 378 instituciones del país, solo 91 (24%) instituciones tienen Acreditación Institucional de Alta Calidad , 34 (37%) del sector público y 57 (36%) del privado; de acuerdo a su carácter académico hay 3 Instituciones tecnológicas, 10 Instituciones universitarias/Escuela Tecnológica y 78 universidades. Ninguna Institución de Carácter Técnica Profesional ha logrado obtener este tipo de acreditación.

Los resultados muestran que sólo una cuarta parte de las instituciones de Colombia, tienen acreditación institucional de alta calidad y que la mayor parte se concentra en universidades, el 68% de estas entidades pertenece al sector privado.

En el modelo de Acreditación de Alta Calidad (CNA, 2021) en la *Característica 24. Impacto Cultural y Artístico*, la institución debe demostrar que está comprometida con la gestión, protección y salvaguarda del patrimonio cultural y artístico material e inmaterial, a nivel local, regional, nacional, y que acepta la normativa que le aplica. Asimismo, es requerido que evidencie que lleva a cabo estrategias para el estudio, protección y divulgación del patrimonio en el desarrollo de sus actividades misionales. Esto hace que los museos universitarios cobren especial importancia para las instituciones, en cuanto contribuyen a estas actividades, al desarrollo social y cultural y a su proyección e interacción con su entorno.

Una vez avanza el museo universitario en estos procesos de acreditación institucional, se va conformando un ambiente propicio para pensar en una acreditación o certificación propia. Su personal se culturiza y apropia el tema de la calidad con más facilidad y se pensaría que la institución, al comprender la importancia del cumplimiento de estándares, podría apoyar a sus museos en la medida de sus capacidades.

⁸ El Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SNIES), es un sistema de información que ha sido creado para responder a las necesidades de información de la educación superior en Colombia, que recopila, consolida, organiza y suministra datos, estadísticas e indicadores relevantes sobre la educación superior que permite hacer planeación, monitoreo, evaluación, asesoría, inspección y vigilancia del sector.
<https://hecaa.mineducacion.gov.co/consultaspublicas/ies>

1.2.1.2 Acreditación en Salud

La Acreditación en Salud es un proceso voluntario y periódico de autoevaluación interna y revisión externa de los procesos y resultados que garantizan y mejoran la calidad de la atención del cliente en una organización de salud, a través de una serie de estándares óptimos y factibles de alcanzar, previamente conocidos por las entidades evaluadas. Es realizada por personal idóneo y entrenado para tal fin, y su resultado es avalado por la entidad de acreditación autorizada para dicha función (Decreto 1011⁹- Resolución 1445 de 2006¹⁰). El certificado de acreditación para las organizaciones de salud debe ser renovado cada cuatro años. En Colombia el organismo encargado de la Acreditación es Icontec¹¹, afiliado a la Sociedad Internacional de Calidad en Salud o ISQua.

- **Ciclo de Acreditación en Salud**

Según el Ministerio de Salud y Protección social y el Icontec (2018), las siguientes son las etapas para acreditar una institución de salud.

- a. Etapa de preparación para la acreditación o de autoevaluación y mejoramiento, en la que se realiza una confrontación con los estándares de acreditación establecidos en la Resolución 2082 de 2014, del Ministerio de Salud y Protección Social¹². El resultado de la autoevaluación, concluye en un informe con una lista de fortalezas y oportunidades de mejora que debe remitirse al Icontec.
- b. Etapa de postulación para la acreditación de la institución ante el Icontec. En esta fase se entrega información relacionada con la infraestructura, los servicios, el sistema de calidad y otra documentación como el certificado de habilitación

⁹ El Decreto 1010 establece el Sistema Obligatorio de Garantía de Calidad de la Atención de Salud del Sistema General de Seguridad Social en Salud.

¹⁰ La resolución 1445 define las funciones de la Entidad Acreditadora y se adoptan otras disposiciones”

¹¹ El Instituto Colombiano de Normas y Certificación - Icontec - será con respecto al Gobierno Nacional el organismo asesor y coordinador en el campo de la normalización técnica. (Decreto 767 de 1964, art. 1). El Icontec el cual es una organización privada, tiene como fin “promover, desarrollar y guiar la aplicación de Normas Técnicas Colombianas y demás documentos normativos, para la obtención de una economía óptima de conjunto, el mejoramiento de la calidad y facilitar las relaciones cliente-proveedor a nivel empresarial, nacional o internacional” (Icontec, s.f.)

¹² En la Resolución 2082 de 2014, se dictan disposiciones para la operatividad del Sistema Único de Acreditación en Salud.

expedido por la Dirección Territorial de Salud para las IPS y la autorización de la Superintendencia Financiera para las ARL. Una vez enviados los documentos, el Icontec procede a verificar que esté de acuerdo con lo solicitado, posterior a esto se programará la fecha y el equipo para realizar la evaluación.

- c. Evaluación. En la visita de evaluación se verifica el grado de cumplimiento de la institución frente a los estándares definidos en el Sistema Único de Acreditación. Posterior a esta actividad, los evaluadores presentan el informe final en el que se da el resultado de la evaluación. El informe es enviado a la Dirección de Acreditación de Icontec y posteriormente a la Junta de Acreditación en Salud, la cual toma la decisión de acreditar o no a la organización.
- d. Decisión de la acreditación. Como se indicó en el punto anterior la Junta de Acreditación en Salud es la instancia responsable de otorgar o negar la acreditación en las siguientes categorías: acreditado con excelencia, acreditado, acreditado condicionado (máximo por un período de 10 meses) y no acreditado. La decisión es ratificada por el Consejo Directivo de Icontec.
- e. Notificación de la decisión de la Junta de Acreditación a las instituciones. El informe final con su respectiva distinción es entregado a la Gerencia o Dirección de la institución evaluada.
- f. Seguimiento a la acreditación. Después de otorgada la acreditación, se realizarán 2 visitas de seguimiento, en donde se evaluará el cumplimiento de los estándares y la ejecución de los planes de mejora propuestos, con el fin de ratificar o revocar la acreditación.

1.2.1.3 Acreditación de los Organismos de Evaluación de la Conformidad

El tercer y último modelo de acreditación en Colombia es la Acreditación de los Organismos de Evaluación de la Conformidad¹³ y se define en la norma técnica ISO/IEC 17011:2017¹⁴:

¹³ En el contexto de la norma ISO/IEC 17011, las actividades cubiertas por la acreditación incluyen, pero no se limitan a, ensayos, calibración, inspección, certificación de sistemas de gestión, personas, productos, procesos y servicios, provisión de ensayos de aptitud, producción de materiales de referencia, validación y verificación. Por simplicidad, éstas se denominan actividades de evaluación de la conformidad realizadas por los organismos de evaluación de la conformidad.

¹⁴ Requisitos para los organismos de acreditación que realizan la acreditación de organismos de evaluación de la conformidad

La acreditación es la atestación de tercera parte relativa a un Organismo de Evaluación de la Conformidad que manifiesta la demostración formal de su competencia para llevar a cabo tareas específicas de evaluación de la conformidad.

La acreditación es un proceso voluntario por el cual se comprueba el cumplimiento y conformidad de las actividades de evaluación de una organización en relación con una normativa establecida, es decir, es el reconocimiento de las competencias de una entidad para realizar un tipo de evaluación, como ensayos, calibraciones, certificaciones de sistemas de gestión, entre otros. Por ejemplo, el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (en adelante Icontec), está acreditado por el Organismo Nacional de Acreditación de Colombia (en adelante ONAC), en la norma ISO/IEC 17021-1:2015: Evaluación de la conformidad. Requisitos para los organismos que realizan la auditoría y la certificación de sistemas de gestión. El ONAC concede la acreditación por primera vez por un periodo de tres (3) años y las renovaciones por periodos de cinco (5) años. Su vigencia está sujeta a los resultados de las evaluaciones de seguimiento anual.

Desde el 2008 el ONAC¹⁵ desempeña las funciones de Organismo Nacional de Acreditación de Colombia, conforme con la designación contenida en el capítulo 26 del Decreto 1074 de 2015¹⁶ y las demás normas que los modifiquen, sustituyan o complementen. Los servicios de acreditación que ofrece el ONAC respecto a la evaluación de la competencia que tienen los Organismos Evaluadores de la Conformidad - OEC para realizar su actividad conforme a normas internacionales y reglamentos nacionales, y de acuerdo a los requisitos de la norma ISO/IEC 17011¹⁷ y con las políticas, criterios y lineamientos establecidos por la Cooperación Internacional de Acreditación de Laboratorios (ILAC), el Foro Internacional de Acreditación (IAF) y la Cooperación Inter

¹⁵ El ONAC es una corporación sin ánimo de lucro, regida por el derecho privado, constituida en 2007 y que por disposición estatutaria se organizó bajo las leyes colombianas dentro del marco del Código Civil y las normas sobre ciencia y tecnología. Tiene como objeto principal acreditar la competencia técnica de Organismos de Evaluación de la Conformidad, ejercer como autoridad de monitoreo en buenas prácticas de laboratorio de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y desempeñar las funciones de Organismo Nacional de Acreditación de Colombia, conforme con la designación contenida en el capítulo 26 del Decreto 1074 de 2015 y las demás normas que los modifiquen, sustituyan o complementen.

¹⁶ "Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo."

¹⁷ "Evaluación de la Conformidad Requisitos generales para los organismos de acreditación que realizan la acreditación de organismos de evaluación de la conformidad"

Americana de Acreditación (IAAC), están dirigidos a los siguientes esquemas de acreditación: Laboratorios, Organismos de inspección, Centros de reconocimiento de conductores, Centros de Diagnóstico Automotor, Organismos de certificación de Sistemas de Gestión, de productos, procesos y servicios, de personas, Organismos validadores y verificadores de Gases de efecto invernadero, Entidades de certificación digital, Organismos autorizados de Verificación Metrológica (ver el detalle de cada uno en la Figura 1-1).

- **Etapas del proceso de Acreditación de los Organismos de Evaluación de la Conformidad**

Las etapas que se siguen en la implementación de un proceso de acreditación ante el ONAC (s.f.) se exponen a continuación:

- a. Autoevaluación. Es el proceso mediante el cual una organización realiza una valoración con el fin de identificar y documentar los puntos débiles y fuertes de su funcionamiento, y con ellos elaborar planes de mejora tomando como base su misión y su visión, así como los objetivos, criterios e indicadores de calidad. Al superar sus puntos débiles, el organismo legitima su posición en la sociedad. Antes de solicitar la visita de acreditación, se requiere haber implementado la norma técnica correspondiente, que significa aplicar todas sus exigencias, una de ellas es contar con un sistema de gestión en el que se demuestre que los procedimientos se encuentran formalizados y estandarizados. Adicional a esto el organismo debe asegurarse que cuenta con todos los recursos necesarios para brindar resultados de óptima calidad, como infraestructura y personal competente, conoce la documentación y normativa que aplica a la acreditación de la actividad y se comprenden las reglas del servicio de acreditación.
- b. Diligenciamiento del formulario de solicitud. En esta etapa se indica el alcance de la acreditación y se declara la competencia para la actividad que se desea acreditar, se cumple con los requisitos y se conoce toda la documentación y las normas necesarias para la acreditación de la actividad.
- c. El ONAC realiza el análisis de la información registrada en el formulario de solicitud enviado por el organismo, para verificar si es apto para acreditarse. Con esta información y otra que podría requerirse posteriormente, el ONAC elabora y envía la propuesta comercial y la programación del servicio para su aprobación.

- d. Evaluación documental. Es la acción realizada por el equipo evaluador seleccionado por el ONAC, donde se revisa la información enviada y se genera el plan de evaluación que se realizará en la sede del organismo a acreditar.
- e. En la evaluación en sitio, el equipo evaluador testifica las actividades de evaluación de conformidad y los eventuales incumplimientos, que serán informados para que el organismo a acreditar elabore un plan de correcciones y acciones correctivas (PCAC). Una vez diseñado el plan PCAC, se deberá enviar al equipo evaluador para revisión y aprobación.
- f. Si el organismo tuvo que realizar un PCAC, recibirá una evaluación complementaria, en la que se verifica que todos los hallazgos fueron subsanados. Si el PCAC fue implementado satisfactoriamente el equipo técnico remitirá un informe al Comité de Acreditación.
- g. En la etapa final, si el Comité de Acreditación conceptúa positivamente sobre la acreditación, se firma un contrato de otorgamiento y el uso del símbolo de acreditado y se publicará el certificado de la acreditación en el Directorio Oficial de Acreditados del ONAC.

Figura 1-1 Servicios de Acreditación del ONAC

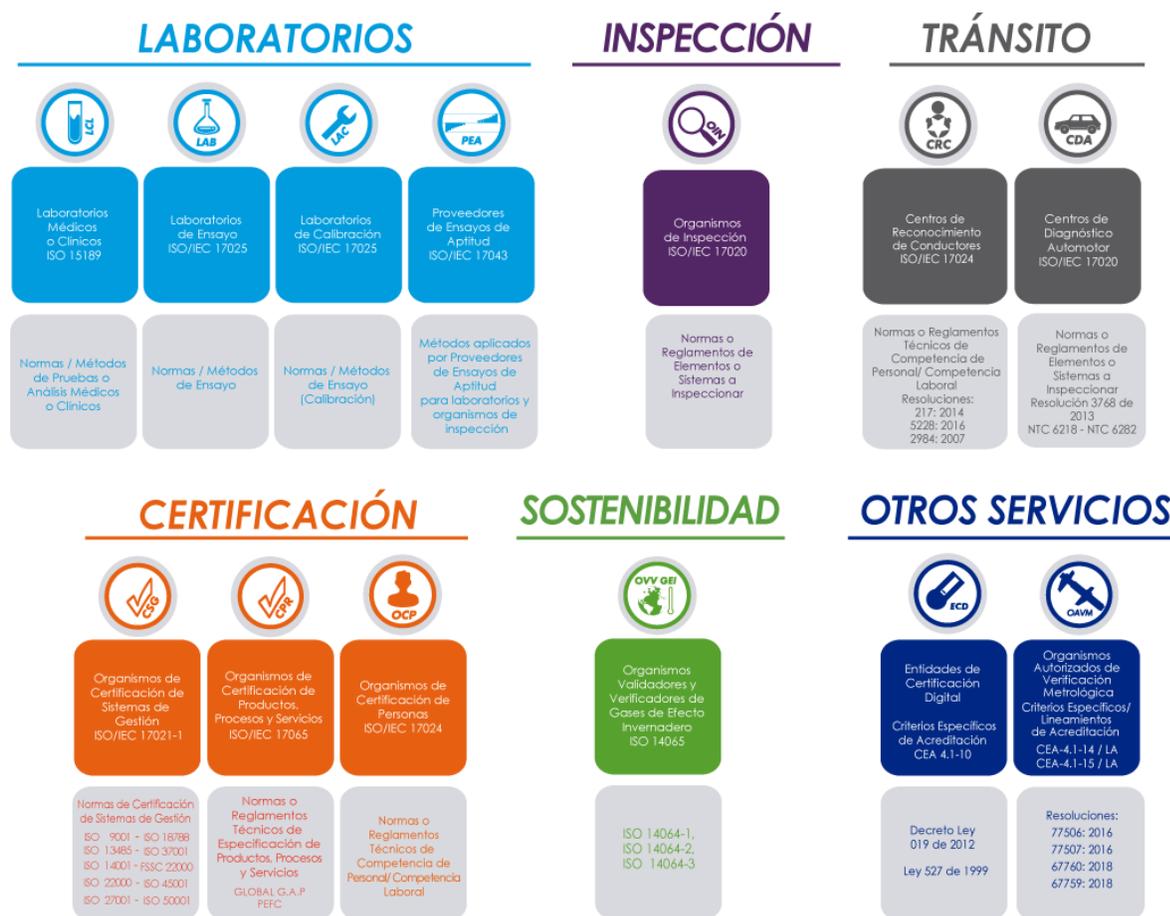


Imagen tomada de la página web del Organismo Nacional de Acreditación de Colombia. (1 de mayo de 2021) <https://onac.org.co/portafolio-de-servicios-de-acreditacion>

1.2.2 Certificación

Según el Icontec¹⁸, la **Certificación o Evaluación de la Conformidad**, es la actividad que respalda que una organización, producto, proceso o servicio cumple con los requisitos definidos en normas o especificaciones técnicas. La certificación también es conocida como evaluación por tercera parte.

¹⁸ El Icontec es una organización privada, sin ánimo de lucro, con amplia cobertura internacional; creada en 1963 con el objetivo de responder a las necesidades de los diferentes sectores económicos, a través de servicios que específicos al desarrollo y competitividad de las organizaciones, mediante la confianza que se genera en sus productos y servicios.

Las normas ISO, a su vez, son un conjunto de normas acordadas internacionalmente por expertos, orientadas a describir la mejor manera de hacer algo. Así, permiten ordenar la gestión de una empresa en sus distintos ámbitos. Las normas ISO son establecidas por el Organismo Internacional de Estandarización (ISO)¹⁹, y se componen de estándares genéricos y guías relacionados con sistemas y herramientas específicas de gestión aplicables en cualquier tipo de organización, sin importar su tipo o tamaño, o los productos y servicios suministrados. En muchos casos son usadas para implementar las buenas prácticas, en otros casos para lograr la certificación.

Dentro de los estándares ISO más conocidos están:

- El grupo de normas ISO 9000 de gestión de la calidad para organizaciones de diferente tipo que deseen mejorar la calidad de sus productos y servicios, así como satisfacer las necesidades de los usuarios. Dentro de esta familia están la norma ISO 9000, que proporciona los fundamentos y el vocabulario que aplica a todos los estándares y sistemas de la gestión de la calidad desarrollados por ISO, y la ISO 9001, que suministra los requisitos para un sistema de gestión de la calidad en cuanto a los requerimientos del sector, la satisfacción del cliente y el desempeño de las organizaciones. Estas normas son compatibles con otros sistemas como el de Gestión Ambiental, Seguridad y Salud Ocupacional, entre otros.
- Familia de normas ISO 14000 para la gestión de responsabilidades medioambientales de empresas y organizaciones. Esta familia Incluye, entre otros, el estándar 14001 que establece los requisitos relacionados con los sistemas ambientales, la norma ISO 14050, con el vocabulario usado en gestión medioambiental, y la ISO 14055-1, que establece las directrices de buenas prácticas para combatir la degradación de la tierra y la desertificación.
- La norma ISO 45001, que especifica los requisitos para que cualquier organización sin importar su tamaño, tipo y actividad, implemente un sistema de gestión de salud y seguridad ocupacional (OH&S). Se puede utilizar para mejorar la gestión de la seguridad, salud laboral y el desempeño de la organización.

¹⁹ ISO es una organización internacional no gubernamental independiente con una membresía de 165 organismos nacionales de normalización.

- El estándar ISO / IEC 27001, que proporciona los requisitos para la gestión y control de los riesgos de la seguridad de la información, como por ejemplo bases de datos de empleados, información financiera, etc. Contribuye a la integridad, custodia, confidencialidad y disponibilidad de la información.

1.3 Procesos de reconocimiento de la calidad aplicables a Museos

Ahora bien, una vez hemos identificado los procesos de acreditación y certificación más conocidos en Colombia, a continuación, presento algunos modelos de acreditación internacional que aplican al ámbito museal en países como Estados Unidos, Reino Unido, Portugal y España, y que, por sus características, podrían ser adoptados en los museos de Colombia. Adicionalmente, desarrollo como ejemplo de aplicación de uno de estos sistemas: el Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá, que implementó el esquema de acreditación de la Alianza Americana de Museos para mejorar sus prácticas museales y de gestión.

Por otra parte, hago referencia a los procesos de certificación que se están poniendo en práctica en algunos museos de Colombia, e igual que en el tema de acreditación, presento un ejemplo de implementación en uno de ellos: el Museo Casa de la Memoria ubicado en la ciudad de Medellín, certificado bajo la Norma ISO 9001.

1.3.1 Sistemas de acreditación de museos en Norte América y Europa

En la búsqueda de procesos de reconocimiento de alta calidad se encontró que en algunos países de Norte América y Europa se implementan programas de acreditación que aplican particularmente a instituciones museales. A continuación, presento los esquemas establecidos en países como Estados Unidos, Reino Unido y Portugal.

1.3.1.1 Programa de Acreditación y Excelencia en Estados Unidos. Alianza Americana de Museos

La Alianza Americana de Museos - AAM²⁰, conformada en Estados Unidos, ofrece programas de acreditación y excelencia, democráticos e incluyentes, denominados *Continuum of Excellence*, con miras en apoyar, incentivar y verificar el compromiso de pequeños y grandes museos para cumplir con estándares y buenas prácticas profesionales.

Los programas incluidos en *Continuum of Excellence* son: Compromiso de Excelencia, Evaluación de Museos (MAP), Evaluación de Colecciones para la Preservación (CAP), Estándares de Excelencia para Organizaciones de Historia (StEP), y Verificación de Documentos Básicos y Acreditación. Cada museo puede elegir el programa o los programas más adecuados acorde con su misión, tamaño, recursos, tiempo y necesidades. La AAM suministra en su página web la guía de comparación de programas Continuum²¹ y un cuestionario de diagnóstico inicial²² para ayudar a determinar qué programa es el más conveniente para cada museo.

Cabe destacar en el marco del *Continuum of Excellence*, particularmente el programa de Acreditación. La Alianza Americana de Museos (s.f.) menciona sobre este programa:

Como marca de distinción del campo de los museos desde 1971, la acreditación ofrece una validación de alto perfil, basada en pares, de las operaciones y el impacto del museo. La acreditación aumenta la credibilidad y el valor de su museo para los financiadores, los responsables políticos, las aseguradoras, la comunidad y sus pares. La acreditación es una herramienta poderosa para impulsar el cambio y ayuda a facilitar préstamos entre instituciones.

²⁰ La Alianza Americana de Museos es una organización no gubernamental conformada en EEUU en el año 1906, que tiene como misión defender los museos y fomentar la excelencia en asociación con nuestros miembros y aliados.

²¹ La Guía de comparación de programas se puede consultar en el enlace <https://www.aam-us.org/wp-content/uploads/2018/01/Which-Assessment-Program-is-Right-for-our-Organization.pdf>

²² El diagnóstico se puede ver en el enlace <https://www.aam-us.org/programs/accreditation-excellence-programs/the-continuum-of-excellence-a-getting-started-guide/>

El proceso de acreditación se centra en el autoestudio y la revisión por pares, toma de 8 a 16 meses en completarse y debe realizarse cada 10 años²³.

La acreditación se basa en los Estándares Básicos para Museos²⁴ agrupados en las siguientes categorías: Confianza y Responsabilidad Pública, Misión y Planificación, Liderazgo y Estructura Organizacional, Administración de Cobranzas, Educación e Interpretación, Estabilidad Financiera e Instalaciones y Gestión de Riesgos.

Como expresa Lourdes Ramos -par evaluadora de la AAM- en el video realizado por el Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá, la función de un museo acreditado es: “asegurar un servicio de excelencia, que cumpla con los criterios museológicos y museográficos internacionalmente establecidos, dentro de un marco global en el cual el museo se percibe como una institución de carácter comunitario, abierta a la diversidad e inclusión en un plano de igualdad”. (Ramos, 2019, 0m12s):

Por otra parte, la excelencia, en tanto estándar de acreditación, busca que el museo asegure la buena administración de sus colecciones, eleva la calidad de sus acciones, mejora las habilidades de su personal, incluidas sus directivas. Los componentes que se analizan principalmente para evaluar procesos de calidad en los museos son: Planeación Estratégica, Código Interno de Ética, Declaración Misional, Política de Colecciones, Plan de Atención a Emergencias, y Educación.

- **Pasos para obtener el reconocimiento dentro del Programa de Acreditación del *Continuum of Excellence***

Las principales actividades que debe realizar un museo para obtener su reconocimiento dentro del programa de acreditación en *Continuum of Excellence*, (Ortiz, 2018), son: (i)

²³ La traducción de estos dos párrafos fue realizada por la autora de este trabajo. El texto original reza: «As the museum field's mark of distinction since 1971, accreditation offers high profile, peer-based validation of your museum's operations and impact. Accreditation increases your museum's credibility and value to funders, policy makers, insurers, community and peers. Accreditation is a powerful tool to leverage change and helps facilitate loans between institutions»

«The accreditation process is centered on self-study and peer review and takes 8-16 months to complete, and should be done every 10 years».

²⁴ Los Estándares Básicos para Museos emitidos por la AAM, en colaboración con las principales asociaciones de museos, son declaraciones orientadas a los resultados que se adaptan y se esperan de los museos de todos los tipos, tamaños y disciplinas, y cada museo las cumple de diferentes maneras según su presupuesto, estructura de gobierno y circunstancias particulares.

afiliación a la Alianza Americana de Museos, (ii) elaboración de un compromiso de excelencia en el que se muestra que el museo opera con ética, y de acuerdo a los estándares y las prácticas profesionales, (iii) construcción de documentos básicos o maestros, entre los cuales están: Misión y declaración, Código de ética institucional, Plan estratégico, Plan de preparación para desastres – respuesta a emergencias, Política de gestión de colecciones, Plan educativo, etc. (iv) autoestudio, (v) visita de evaluación por parte de pares expertos y finalmente (vi) obtención del sello de excelencia o la acreditación.

La membresía de la AAM tiene, entre otras ventajas, beneficios y recursos para el museo. Está disponible para tres niveles, determinados por el tamaño y número de personal de la organización. Los beneficios diferentes para cada nivel incluyen el acceso a documentos y recursos, asistencia de investigación, formación, inscripción a eventos y reuniones, promociones y descuentos en tarifas de acreditación, ofertas de trabajo, suscripciones a boletines y publicaciones, acceso a la plataforma *Museum Marketplace*, registro en el directorio de museos en línea de la Alianza, diferentes reconocimientos, y planes de jubilación para los empleados del Museo.

Los pares expertos que realizan la evaluación son profesionales que apoyan el Programa de Acreditación y evaluación de Museos (MAP), revisan los documentos de autoevaluación del museo, realizan visitas al sitio y facilitan el proceso de planificación institucional

Conforme a los datos obtenidos en el sitio web de la AAM, para abril 30 de 2021 el número de museos que han implementado programas de acreditación y excelencia corresponde a un total de 4994 instituciones, quienes han asumido el Compromiso de Excelencia, y de estas, 1084 están acreditadas. Una de ellas es el Museo de Arte Contemporáneo (MAC) de Colombia. 1655 espacios museales han implementado el programa de Evaluación de Museos (MAP), y el MAC, junto con otros 1136 museos, ha participado en el programa de Verificación de Documentos Básicos. El mayor porcentaje de museos por tipo es liderado por los Centros de Arte, con un 41%, seguido de Museos de Historia con un 22%, y en tercer lugar con un 10%, se encuentran los museos interdisciplinarios. También se encuentran Casas/sitios históricos, Museos de Historia Natural/Antropología, Museos especializados, y otras instituciones con un menor porcentaje.

La mayor parte de los museos acreditados (63%) son organizaciones privadas sin fines de lucro, mientras que el 16% son museos universitarios y el 7% son museos del estado. El 14% restante está conformado por entidades museales municipales, federales, regionales y de otros tipos.

- **Caso de Acreditación en Colombia. Museo de Arte Contemporáneo. Alianza Americana de Museos.**

Considero importante incluir en este texto el caso del Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá (en adelante MAC), por ser el primer museo latinoamericano en recibir la acreditación internacional de alta calidad por sus prácticas museísticas por parte de la Alianza Americana de Museos.

El Museo de Arte contemporáneo – MAC de Bogotá, es un museo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, Uniminuto, fundado en 1966. Su actual director es el artista plástico Gustavo Ortiz Serrano, Máster en Museología de la Universidad de Valladolid. Esta entidad museal ubicada en el barrio Minuto de Dios en la localidad de Engativá, tiene como misión (Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá [MAC], 2013):

El Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá es una entidad cultural de la Uniminuto, abierta al público, que investiga, conserva, divulga, y educa sobre los procesos artísticos y culturales que se generan en la contemporaneidad a través de espacios de reflexión, diálogo y tolerancia. Es un laboratorio activo que fomenta la participación e inclusión de públicos para generar pensamiento y significado social, desde la cultura, que irradie y transforme las comunidades académica, barrial, local, nacional e internacional.

En la entrevista llevada a cabo por los realizadores de Museos en Contexto²⁵ a Gustavo Ortiz Serrano el 5 de marzo de 2017, el director cuenta los detalles del proceso de acreditación del museo:

El MAC, se distingue de otras entidades museales por su enfoque social, su pertinencia dentro del barrio y su proyección internacional. Comenzó en el año 2013 su proceso de

²⁵ Museos en Contexto es un programa radial de la Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio de la Universidad Nacional de Colombia.

acreditación con la AAM, al tiempo que la Corporación Universitaria Minuto de Dios emprendía su proceso de acreditación institucional, esto favoreció a que muchos procesos de alta calidad que ya estaban definidos en la universidad se adaptaran fácilmente al museo. El museo obtuvo su acreditación en 2016 con un gran apoyo de la institución.

Este proceso de excelencia continua se implementó con la contribución y compromiso de la dirección y del personal de las áreas de educación, curaduría, colecciones, atención a los públicos y el área administrativa de la Uniminuto, incluida la Dirección de Planeación y Desarrollo.

Gracias a la acreditación, el museo volvió a realizar exposiciones de carácter internacional, aumentó su visibilidad en la ciudad, fortaleció su equipo de trabajo, generó relaciones y convenios internacionales e incrementó su presencia y participación institucional. Así mismo, el museo se muestra como una entidad mucho más dinámica, creíble, fiable, profesional y comprometida con el servicio.

1.3.1.2 Sistema de Acreditación de Museos del Reino Unido

El Reino Unido estableció en 1988 un sistema de registro de museos, que impulsó la aplicación de estándares en entidades museales. Posteriormente, en 2004, este esquema se denominó Acreditación, aplicable en todos los tipos y tamaños de museos y galerías con sede en el Reino Unido, las Islas del Canal y la Isla de Man.

Este programa de acreditación instaure estándares a nivel nacional, que buscan que los museos sean instituciones sostenibles, que demuestran su profesionalismo, que son administrados y gobernados correctamente, que gestionan sus colecciones de manera adecuada, que ofrecen a sus visitantes una gran experiencia y que infunden confianza en el público, en los órganos gubernamentales y entidades de financiación. La última versión del Estándar de Acreditación lanzado en 2018, está dividido en tres secciones, que cubren el estado de la organización, la gestión de colecciones y los usuarios y sus experiencias (Arts Council England, s.f.).

- **Pasos para la acreditación de museos del Reino Unido**

De acuerdo al Arts Council England (s.f.) , para iniciar el proceso de acreditación por primera vez o solicitarla después de un periodo de no participación, el museo debe cumplir unos requisitos preliminares: (i) estar apropiadamente constituido y estar abierto al público con regularidad, (ii) diligenciar, firmar y enviar al Comité de Acreditación de Museos un cuestionario de elegibilidad, (iii) Decidir el tipo y tamaño del museo, (iv) de acuerdo al tipo y tamaño de museo se debe completar la evidencia que corresponda para hacer la solicitud de acreditación.

Cada 5 años los museos deben informar al Comité de Acreditación de Museos del Reino Unido sobre el cumplimiento del estándar en donde se demuestra que las colecciones se gestionan correctamente, interactúan con los visitantes y se operan adecuadamente. Este comité toma la decisión para otorgar o eliminar la acreditación de un museo.

De acuerdo a las estadísticas presentadas en el sitio web del Arts Council England²⁶, en junio de 2020, existían 1741 museos acreditados en el Reino Unido, las Islas del Canal y la Isla de Man.

1.3.1.3 Acreditación de Museos en Portugal

En Portugal se encuentra el Programa de Acreditación de Museos, un proceso de carácter voluntario que está establecido en el capítulo 9 de la Ley No. 47 de 2004²⁷, en el que se aprueba la Ley Marco de Museos de Portugal. La Acreditación consiste en la evaluación y el reconocimiento oficial de la calidad técnica de un museo. Tiene como objetivo promover el acceso a la cultura y el enriquecimiento del patrimonio cultural. (Direção-Geral do Património Cultural, s.f.)

- **Procedimiento de acreditación**

Para obtener este reconocimiento se debe dar cumplimiento a las funciones museológicas establecidas en dicha ley: existencia de recursos humanos, financieros y de instalaciones;

²⁶ Las listas de los museos que trabajan para obtener la acreditación y los museos acreditados en el Reino Unido, las Islas del Canal y la Isla de Man se pueden consultar en <https://www.artscouncil.org.uk/accreditation-scheme/about-accreditation#section-4>

²⁷ Lei No. 47/2004, de 19 de agosto, Aprova a Lei Quadro dos Museus Portugueses

aprobación del reglamento del museo y garantía del acceso al público. (Lei No. 47 de 2004).

Los pasos a seguir son: (i) solicitud de acreditación dirigida al Instituto Portugués de Museos, (ii) preparación de un informe preliminar a cargo del Instituto Portugués de Museos que es notificado al solicitante, (iii) de acuerdo al informe preliminar realizar la compensación de las diferencias por parte del museo, (iv) realización de las visitas al sitio y elaboración de informe técnico por parte del Instituto, en el que se proponen acciones de mejora, (v) cuando el solicitante acepta las recomendaciones, inicia el proceso de acreditación realización de una audiencia previa (vi) el Consejo de museos realiza una audiencia al museo y emite un dictamen sobre el otorgamiento de la acreditación.

1.3.2 Certificación de Sistemas de Gestión de Calidad y otras normas técnicas

Las Normas Técnicas son documentos aprobados por organismos de normalización reconocidos en el ámbito nacional e internacional, que tienen como fin establecer criterios técnicos y de calidad que permitan evaluar la conformidad de requisitos de un producto, un proceso o un servicio (Biblioteca Universidad de Alcalá, s.f.). Algunas de las normas que son aplicables al sector museos actualmente en Colombia son:

1.3.2.1 Norma Técnica Colombiana NTC-ISO 9001.

Como se mencionó en la sección de certificación de este documento, dentro de las normas ISO se encuentra la norma internacional ISO 9001²⁸ versión 2015, que especifica los requisitos que debe cumplir una organización, para demostrar su capacidad de proporcionar productos y servicios enfocados a la satisfacción del cliente. A través de la aplicación eficaz del sistema de gestión de la calidad, se logra la mejora continua de del sistema y sus procesos y se asegura la conformidad de los requisitos del cliente, y los

²⁸ Norma Técnica Colombia NTC/ISO 9001 Sistemas de Gestión de la Calidad. Requisitos.

legales y reglamentarios aplicables. Es un sistema de gestión enfocado en procesos y riesgos, que puede implementarse utilizando el ciclo PHVA²⁹.

Para alcanzar una certificación en el estándar ISO 9001 se deben llevar a cabo las siguientes acciones: (i) realizar un diagnóstico inicial para conocer el grado de madurez y el nivel de implementación de la norma; (ii) elaborar la documentación de los aspectos clave del Sistema de Gestión de Calidad, que garanticen el cumplimiento de los requisitos de la norma; (iii) implementar y evaluar el sistema, para hacer correcciones oportunas; (iv) realizar una auditoría interna para verificar el cumplimiento del sistema de gestión, detectar posibles inconvenientes y proponer acciones de mejora; (v) comenzar el proceso de acreditación con una entidad acreditada por el ONAC; (vi) obtener la certificación; y (vii) realizar el mantenimiento de la acreditación a través de auditorías de seguimiento.

En Colombia hay 15 organismos de certificación del Sistema de Gestión de la Calidad – ISO 9001, acreditados por el Organismo Nacional de Acreditación de Colombia – ONAC como se muestra en la Tabla 1-1. 11 de estos, se encuentran en la ciudad de Bogotá, y uno en cada una de las ciudades Pereira, Medellín

Tabla 1-1 Organismos certificadores de Colombia acreditados por ONAC

No.	Razón Social:	Ciudad:
1	ORGANISMO CERTIFICADOR DE SISTEMA DE GESTION DE LA UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE PEREIRA QLCT	Pereira
2	SGS COLOMBIA S.A.S. – SGS	Bogotá D.C.
3	CONSEJO COLOMBIANO DE SEGURIDAD	Bogotá D.C.
4	APPLUS COLOMBIA LTDA.	Bogotá D.C.
5	INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN - ICONTEC	Bogotá D.C.
6	GLOBAL COLOMBIA CERTIFICACIÓN S.A.S	Bogotá D.C.
7	CERTIFICATION QUALITY RESOURCES SAS-SIGLA: CQR SAS	Bogotá D.C.

²⁹ El Ciclo PHVA es una herramienta de mejora continua ideada por William Edwards Deming, que implica cuatro pasos: planear, hacer, verificar y actuar.

No.	Razón Social:	Ciudad:
8	INTERNATIONAL CERTIFICATION AND TRAINING S.A. - IC&T S.A.	Medellín
10	CELAC - CENTRO LATINOAMERICANO DE CERTIFICACION S.A.S. SIGLA: CELAC S.A.S	Bogotá D.C.
11	BVQI COLOMBIA LTDA.	Bogotá D.C.
12	NYCE COLOMBIA S.A.S	Bogotá D.C.
13	FUTURE BUILDERS COLOMBIA S.A.	Bogotá D.C.
14	EQA COLOMBIA S.A.S	Bogotá D.C.
15	ASOCIACION DE EMPRESAS SEGURAS SIGLA: AES	Cali
16	TÜV RHEINLAND COLOMBIA S.A.S.	Bogotá D.C.

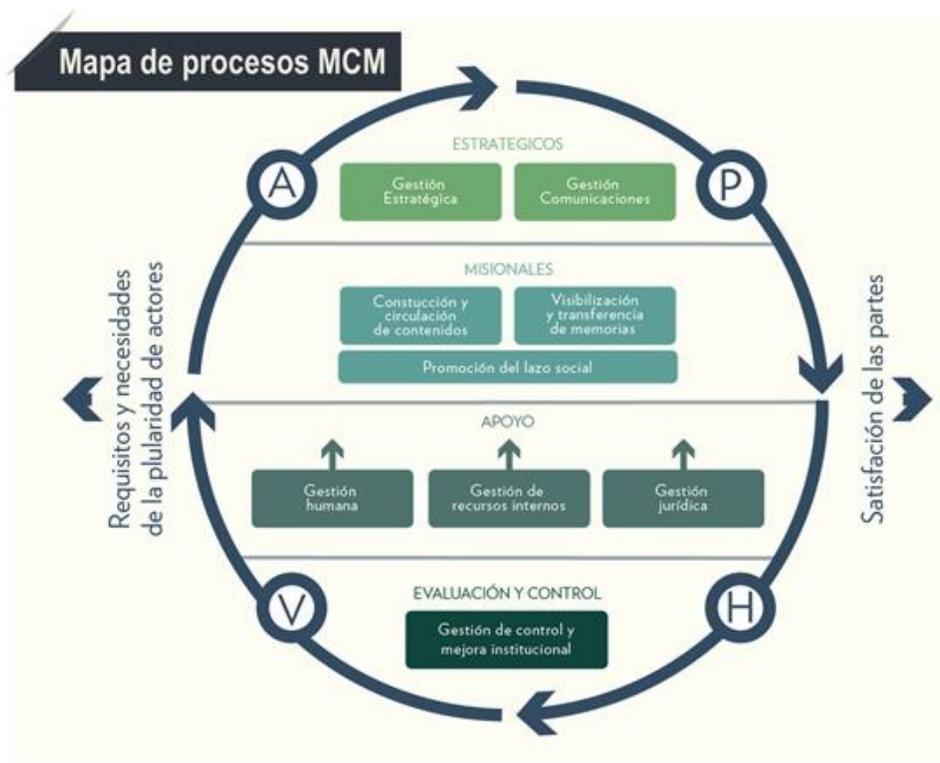
Fuente: Organismo Nacional de Acreditación de Colombia – ONAC Consulta 1 de mayo de 2021
<https://onac.org.co/directorio-de-acreditacion-buscador>

- **Caso de Certificación en Colombia. Museo Casa de la Memoria, certificado bajo la Norma ISO 9001:2015**

En el 2018 la empresa Global Colombia Certificación S.A.S, otorgó al Museo Casa de la Memoria, de Medellín, el certificado del sistema de gestión de calidad bajo la Norma ISO 9001:2015, que tiene como alcance la “Construcción participativa, visibilidad y transferencia de las memorias del conflicto armado en la región”. (Museo Casa de la Memoria, s.f.). El desarrollo y reconocimiento de este proceso ha permitido al museo tener un enfoque de orden lógico y sistemático en su quehacer, con un compromiso de mejora continua que fortalece la organización y demuestra el profesionalismo en sus actividades. Su mapa de procesos³⁰ se puede ver en la Figura 1-2.

³⁰ El mapa de procesos ISO 9001, permite a través de un esquema básico mostrar los procesos de una organización. Parte de la misión y la visión de la entidad y de las necesidades y expectativas de los usuarios. Generalmente incluye procesos estratégicos o de gestión, procesos operativos o misionales y procesos de apoyo.

Figura 1-2 Mapa de procesos del Museo Casa de la Memoria



Fuente: Museo Casa de la Memoria

El Museo Casa de la Memoria está ubicado en el Parque Bicentenario en Medellín, y fue creado en 2006 a partir de una iniciativa del Programa de Atención de Víctimas de la Alcaldía de la ciudad. A través del Acuerdo No. 005 de 2015 del Consejo de Medellín, se crea el Museo Casa de la Memoria como establecimiento público. Su misión es (Museo Casa de la Memoria, s.f.):

El Museo Casa de la Memoria es un proyecto político, pedagógico y social, incluyente y representativo, que contribuye a la transformación de las lógicas de la guerra hacia prácticas más civilizadas, a través de la realización de procesos de construcción y circulación de las memorias del conflicto armado, la construcción de expresiones culturales y la realización de conmemoraciones; el diseño de pedagogías para la transformación cultural y social, la implementación de estrategias de incidencia política y movilización social, frente a los derechos humanos y las garantías de no repetición; y la definición e implementación de

procesos de gestión del conocimiento, orientados a la circulación y democratización del mismo.

1.3.2.2 Normas Técnicas Sectoriales – NTS

Actualmente existen varias normas NTS³¹, que establecen requisitos en aspectos ambientales, socioculturales, económicos y de gestión, fomentando la calidad de los servicios turísticos sostenibles y contribuyendo a que las entidades del sector turismo incrementen la competitividad a partir de la satisfacción de sus usuarios. La normativa en este tema surge con el artículo 69 de la Ley 300 de 1996, en el que se promueve la creación de unidades sectoriales con cada uno de los subsectores turísticos. Dentro de las NTS se encuentran los siguientes subsectores (Icontec, 2021):

- Destinos turísticos – Área turística. (NTS TS 001-01)
- Establecimientos de alojamiento y hospedaje (EAH). (NTS TS 002)
- Agencias de viajes (NTS TS 003)
- Establecimientos gastronómicos (NTS TS 004)
- Empresas de transporte terrestre turístico (NTS TS 005)
- Organizadores profesionales y sedes para congresos, ferias y convenciones (NTS TS 006-1 y NTS TS 006-2)
- Empresas comercializadoras de esquemas de tiempo compartido y multipropiedad (NTS TS 007)

La Norma Técnica Sectorial que aplica para guías turísticos es la NTS GT, *Norma de Competencia laboral. Conducción de Grupos*, en la que se consideran los siguientes

³¹ El Decreto número 1074 de 2015, define que una Norma Técnica Sectorial –NTS, es una norma adoptada por una Unidad Sectorial de Normalización. El mismo decreto determina que una Unidad Sectorial de Normalización es una entidad reconocida y aprobada por la Dirección de Regulación del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que tiene como función la preparación de normas propias de un sector, dentro de los lineamientos internacionales establecidos para esta actividad, con la posibilidad de ser sometidas, al proceso de adopción y publicación de normas técnicas colombianas por el Organismo Nacional de Normalización. La Normalización, en el mencionado decreto está definida como la actividad que establece disposiciones para uso común y repetido encaminadas al logro del grado óptimo de orden con respecto a problemas o potenciales, en un contexto dado.

temas: recorridos ecoturísticos, de alta montaña, de cabalgata, actividades de buceo con tanque y a pulmón. Estas normas mencionan todas las condiciones que debe tener un guía o un operador de recorridos turísticos para la prestación de servicios.

Dado que la oferta de turismo cultural incluye dentro de sus opciones el sector de los museos, es importante considerar sus procesos de gestión y elementos normativos al momento de pensar en la implementación de un sistema de gestión de calidad. A continuación, se presenta la NTS GT008. Guías de Turismo.

▪ **Norma Técnica Sectorial NTS GT008. Guías de turismo. Norma de competencia laboral. Recorridos guiados en museos.**

El objeto de la norma NTS GT008 es proporcionar parámetros que deben seguirse para prestar el servicio de guianza turística en museos³², de forma que brinden al usuario los medios para interactuar con dicho patrimonio (Icontec, 2004).

Los requisitos para conducir grupos en recorridos guiados en museos, incluyen los siguientes criterios de desempeño. (Icontec, 2004).:

- a. Conocer el guion museográfico del museo.
- b. Brindar información sobre las colecciones y exposiciones del museo, así como de su contexto.

³² El ejercicio de guionaje turístico en Colombia está reglamentado por el Decreto 1053 de 2020. La Tarjeta Profesional de Guía de Turismo es el documento único legal para proteger, autorizar y controlar e identificar al titular de la misma en el ejercicio del guionaje turístico. La expide de manera virtual y sin costo por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible. La formación como Guías de Turismo, es certificada por el SENA o por una institución de educación superior.

El decreto señala que el guía es la persona cuyo trabajo consiste en orientar al turista, viajero o pasajero acerca de los puntos de referencia generales del destino visitado; ofrecer la información que facilite su desenvolvimiento en el lugar y conducirlo por los atractivos o sitios turísticos. También se encarga de instruirlo, en forma veraz, acerca de los lugares visitados, su entorno económico, social, cultural y ambiental; y de asistirlo oportunamente de acuerdo con el plan de viaje o servicios convenidos, así como en las eventualidades e imprevistos.

El artículo 61 de la Ley 300 de 1996, modificado por el artículo 33 de la Ley 1558 de 2012, estableció que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, llevará un Registro Nacional de Turismo, en el cual deberán inscribirse de manera obligatoria, todos los prestadores de servicios turísticos, incluidos los guías de turismo, que efectúen sus operaciones en Colombia. Deberá actualizarse anualmente.

- c. Sensibilizar a los visitantes sobre las colecciones y exposiciones del museo, así como de su contexto.
- d. Aplicar los conocimientos técnicos de guianza y los del patrimonio cultural, según los diferentes tipos de visitantes.
- e. Cumplir con las condiciones del recorrido establecidas por el museo.
- f. Informar sobre las condiciones de comportamiento exigidas por el museo.
- g. Aplicar el código de ética profesional de los museos y los de la actividad turística.
- h. Aplicar el guion museográfico establecido por el museo, según los conocimientos e intereses del visitante
- i. Utilizar medios didácticos y los elementos del patrimonio, con el fin de aproximar al visitante a la temática específica y la apropiación de la misma.
- j. Aplicar los manuales de procedimiento y de servicio establecidos por el museo, para manejo de público.
- k. Desarrollar un proceso de interacción entre el visitante y el museo, utilizando los recursos, materiales y medios disponibles.
- l. Integra los diferentes servicios del museo con el fin de mejorar la experiencia del visitante.

Por otra parte, en el numeral 6.1.2 de la norma en cuestión, se enuncian los requerimientos de conocimiento y comprensión que el guía de turismo especializado en museos debe poseer para poder cumplir con los criterios de desempeño, dentro de estos se encuentran: Legislación cultural, Interpretación de guiones museográficos, Conceptos básicos y normas relativas a los museos, Servicio al cliente, etc. En la norma se recomienda que el guía maneje una lengua extranjera.

1.3.2.3 Norma Española UNE 302002. Requisitos para la prestación de servicio de visitas en Museos

La Norma Española UNE 302002 ha sido elaborada por el Comité Técnico CTN 302/GT2 de Turismo industrial, museos y colecciones museísticas, bajo la coordinación del Instituto para la Calidad Turística Española – ICTE, y el liderazgo de la Subdirección General de Museos Estatales. Se menciona particularmente en este apartado por su relación con la experiencia del usuario y con las normas nacionales de guianza de turismo.

El Organismo de Normalización Español (en adelante UNE), (2018) indica sobre la Norma UNE 302002:2018 lo siguiente:

La Norma proporciona a los museos y colecciones museográficas de diverso tamaño, temática, localización y titularidad, que existen en España, una herramienta esencial para mejorar la calidad de la prestación de sus servicios de visita y actividades complementarias, con el fin último de garantizar, facilitar y enriquecer la experiencia del visitante.

En esta norma, que se certifica mediante la marca “Q de calidad turística”, se fusionan la cultura y el turismo en una alianza por la calidad con el fin de establecer estándares de calidad entre los museos y sus visitantes e incrementar la competitividad del sector turístico español, es una norma para la calidad turística en museos a nivel mundial, que puede ser aprovechada de referencia para el reconocimiento de la calidad de museos en otros países.

La norma según el UNE contiene tres apartados:

El primero está destinado a los compromisos de la dirección del museo respecto al sistema de gestión de la calidad, incluye aspectos como el establecimiento de objetivos de la institución, la gestión de recursos humanos, el compromiso con la mejora continua, la definición de indicadores y la medición de satisfacción de los visitantes, entre otros.

El segundo está dedicado a la prestación del servicio e incluye requisitos sobre accesibilidad, información y comunicación, atención al visitante, reserva y venta de entradas, visita o fidelización del visitante.

El tercer apartado se dirige a la gestión de las instalaciones y equipamientos, donde se incluyen elementos de señalética o la seguridad, junto con aspectos relativos al espacio expositivo, aseos, zona comercial y aparcamiento.

De acuerdo al Instituto para la Calidad Turística Española, al 2 de mayo de 2021, se encuentran certificadas 12 de las 1101 entidades españolas pertenecientes al sector Museos, dentro de las que se destacan el Museo Guggenheim Bilbao y el Museo Nacional Thyssen-Bornemisza. Algunos de estos museos, han implementado otras normas como

por ejemplo las normas ISO 9001:2015, UNE 170001-1 y 2 de Accesibilidad Universal, la ISO 22320 para Gestión de Emergencias y la Distinción SICTED -Sistema Integral de Calidad Turística en Destino "Compromiso de Calidad Turística.

1.3.3 Otros aspectos y modelos a considerar para lograr la excelencia en los museos

Aunque los museos, de acuerdo a sus intereses, pueden buscar la acreditación o la certificación, hay otros estándares que pueden tomarse como modelo o como directriz para la implementación de buenas prácticas con el fin de satisfacer ciertas necesidades de los usuarios y de la sociedad en general. Dentro de estos, encontramos los Objetivos de Desarrollo Sostenible, el sello de bioseguridad "Check in Certificado", el Marco Nacional de Cualificaciones, Centros de Ciencia y Norma Técnica Colombiana NTC 5854. Accesibilidad a páginas web. A continuación, haré mención de estos marcos y cómo se relacionan con el quehacer de los museos.

1.3.3.1 Incorporación de los museos a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Las instituciones culturales, especialmente los museos, hacen parte activa de la sociedad y, por lo tanto, deben contribuir dinámicamente con su futuro, desarrollo y cuidado. Una hoja de ruta que permite a los museos de todas las áreas aportar a esta tarea y afrontar desafíos culturales, sociales, económicos y medioambientales, es la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, ODS³³.

Los ODS (ver Figura 1-3) pueden ser muy útiles para un museo, porque le otorgan elementos para autoevaluarse y de ser necesario transformarse, lo incentivan a reflexionar sobre su misión y valores, la ayudan a encaminar sus estrategias, acciones y proyectos, y lo motivan a implementar buenas prácticas y mejorar la sostenibilidad en todos sus

³³ Los Objetivos de Desarrollo Sostenible, también conocidos como Objetivos Mundiales, se adoptaron por todos los Estados Miembros en 2015 como un llamado universal para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad para 2030.

procesos, buscando fines comunes con otros sectores: la construcción de un futuro mejor y la mejora de la vida de los ciudadanos.

Figura 1-3 Objetivos de Desarrollo Sostenible



Fuente: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo – PNUD. Consulta 9 de mayo de 2021 <https://www1.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>

Los museos pueden aportar al cumplimiento de los ODS de muchas formas, entre otras: difundiendo el conocimiento a través de programas de educación y de exposiciones, incorporando laboralmente a personas de poblaciones vulnerables, brindando acceso privilegiado a ciertos grupos sociales, entre otros. Según la Organización Ciudades y Gobiernos Locales Unidos - CGLU (2018), el sector cultural contribuye al desarrollo de los 17 ODS, sin embargo, menciona particularmente las acciones que pueden hacer las ciudades al desarrollo de 3 ODS, en el ámbito museal:

Objetivo 04: Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos. ¿Qué pueden hacer las ciudades? ...Ofrecer actividades educativas para los entornos formales e informales en de los equipamientos culturales.

Objetivo 09: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.

¿Qué pueden hacer las ciudades? Garantizar la existencia y accesibilidad en diversas instalaciones, espacios y centros culturales dedicados a la capacitación, creación y producción de cultura, por ejemplo, las escuelas de arte, de música, los museos, los centros de patrimonio, los festivales, los centros coreográficos, los auditorios, las bibliotecas, etc.

Objetivo 14: Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible. ¿Qué pueden hacer las ciudades? Reconocer y preservar las prácticas, tradiciones e historias culturales vinculadas con los usos sostenibles de los océanos, los mares y los recursos marinos, incluso a través del establecimiento de instituciones especializadas (ej. ecomuseos, museos marinos, etc.) y demás iniciativas.

Asimismo, cabe mencionar, que los museos de acuerdo a su naturaleza pueden contribuir a la ejecución de otros ODS.

1.3.3.2 Sello de bioseguridad "Check in Certificado"

El sello de bioseguridad "Check in Certificado"³⁴ fue desarrollado por el Ministerio de Industria y Turismo con el apoyo de Procolombia e Icontec, y cuenta con el respaldo de la Organización Mundial del Turismo (OMT). Surge como respuesta a la necesidad de generar mecanismos regulatorios ante la actual situación de pandemia producida por el coronavirus COVID 19, y está dirigido a la pronta recuperación y reactivación del sector del turismo, garantizando la protección de la salud de trabajadores, clientes, visitantes y proveedores. Vale la pena mencionar que el coronavirus COVID 19 ha generado incalculables efectos socioeconómicos en el sector turismo y en otros sectores.

La certificación, que es de naturaleza voluntaria, permite generar confianza en clientes, colaboradores, proveedores y autoridades locales. Toma como base los criterios de bioseguridad contemplados en la Resolución 666 de 2020 y los protocolos de cada uno de

³⁴ De acuerdo a la resolución 576 del 27 de mayo de 2020, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Sello de calidad "Check in Certificado": es el logotipo que puede portar el usuario, aerolínea, prestador de servicios turísticos, área o atractivo turístico, conforme a la certificación que expida el organismo de evaluación de la conformidad, por cumplir con los protocolos de bioseguridad y con las condiciones establecidas en la presente resolución.

los sectores del sector turismo, incluidos los museos. Esta certificación tiene una vigencia de dos años.

A modo de contexto, se indica al lector que el 6 de marzo de 2020 se confirmó la presencia de coronavirus COVID 19 en el territorio colombiano, y el 11 de marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró oficialmente la COVID 19 como una pandemia. El Ministerio de Salud y Protección Social, mediante la Resolución No. 385 del 12 de marzo de 2020 declaró la emergencia sanitaria en todo el territorio y estableció medidas dirigidas a prevenir y contener el contagio del coronavirus COVID-19. Esta resolución ha sido prorrogada, porque las causas que le dieron origen a este virus han persistido.

1.3.3.3 Marco Nacional de Cualificaciones - MNC

Un elemento muy importante a considerar en la implementación de procesos de calidad en los museos es el relacionado con el recurso humano. Si no hay un adecuado equipo de trabajo con suficiente competencia en la coordinación y operación del sistema, y en la conformación de equipos evaluadores, no será posible avanzar en el camino de la excelencia.

Actualmente, en el Marco Nacional de Cualificaciones (en adelante MNC), el Ministerio de Educación, junto con los Ministerios del Trabajo y de Cultura, adelantan un proceso de definición y validación de los perfiles para desempeñar cargos en el sector de los museos.

EL MNC es un instrumento de carácter nacional que contribuye a la disminución de las brechas existentes entre el sector productivo y académico, buscando fortalecer el capital humano del país a través de una oferta educativa y formativa pertinente y de calidad. Beneficia a las instituciones educativas, a los estudiantes, al sector productivo, empresarial y social, a los trabajadores y al gobierno (local, nacional y regional) y se constituye en un referente para la estructuración de programas educativos. (Mineducación, 2017).

Las personas pueden cualificarse a través de 3 vías: la primera a través de la educación formal en sus niveles básica, media y educación superior, la segunda mediante los programas de la educación para el trabajo y el desarrollo humano, y la tercera por intermedio del reconocimiento de conocimientos adquiridos a lo largo de la vida, realizados mediante procesos de evaluación, teniendo como referente el Catálogo Nacional de

Cualificaciones (CNC) y los procedimientos establecidos por los organismos autorizados para certificar competencias y cualificaciones. (Mineducación, 2017).

Dentro del Catálogo Nacional de Cualificaciones elaborado en 2017, se encuentran 8 sectores: Aeronáutico, Agropecuario, Cultura, Electricidad y Electrónica, Minería, TIC, Transporte y Logísticas, Educación.

La construcción de cualificaciones para el sector Cultura, realizada en 2016, se basó en la Cuenta Satélite de Cultura que clasifica los segmentos del campo cultural en: artes visuales, artes escénicas, juegos y juguetes, música, formación cultural, diseño, publicidad, libros y publicaciones, patrimonio cultural, creación y audiovisual. En el segmento de Patrimonio Cultural están incluidos productos y prácticas que tienen un valor simbólico e histórico, a través de los cuales se expresan las identidades colectivas. Se divide en patrimonio cultural material e inmaterial. Los oficios tradicionales considerados en este segmento son i) Filigrana, ii) Jardinería, iii) Carpintería, iv) Cocinas tradicionales y v) Construcción tradicional.

La museología, la museografía y la gestión del patrimonio no son oficios explícitos en el catálogo de cualificaciones, sin embargo, se encuentran en la Clasificación Única de Ocupaciones para Colombia (CUOC)³⁵ elaborada en 2018. En dicha clasificación se encuentra una descripción general de las ocupaciones, sus funciones, ejemplos de denominaciones ocupacionales, Ocupaciones afines, Conocimientos, Destrezas y Área de Cualificación. Las ocupaciones relacionadas que son consideradas en la CUOC son:

13491 Directores y gerentes de archivo, biblioteca, museo y galería de arte

26212 Curadores de arte y patrimonio cultural

26214 Museólogos y museógrafos

³⁵ En el proceso de unificación de la CUOC se siguieron los lineamientos metodológicos establecidos para la CIUO-08 y la CNO con el fin de abarcar de manera exhaustiva las características y especificaciones de las ocupaciones nacionales e internacionales, facilitar el diseño de programas curriculares y la certificación de competencias laborales en aras de servir como insumo para que las personas puedan formarse en áreas específicas de los sectores productivos y desarrollar competencias laborales palpables en el Sistema Nacional de Cualificaciones (SCN).

34331 Ocupaciones técnicas relacionadas con museos y galerías

1.3.3.4 Centros de Ciencia

Algunos museos en Colombia están buscando su reconocimiento como Centros de Ciencia³⁶ ante el Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación (Minciencias). El aval otorgado a un museo como actor del Sistema Nacional de Ciencia Tecnología e Innovación (en adelante SNCTI), es una prueba del buen desempeño y de la actuación responsable, que ofrece la posibilidad de concursar por recursos públicos provenientes de MINCIENCIAS y otras entidades del Gobierno Nacional, como estímulo a la excelencia.

El Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación, (Colciencias), hoy Minciencias, estableció en el Documento No. 1602 de 2016, adoptado mediante la Resolución No. 1473 de 2016, la tipología de actores del SNCTI. En esta política se define Centro de Ciencia como:

Los Centros de Ciencia son instituciones de carácter público, privado o mixto, sin ánimo de lucro, con personería jurídica o dependientes de otra organización, con una plata física abierta al público de manera permanente y que tienen la Apropiación Social de la CTI (ASCTI) como parte integral de su misión u objeto social. Asimismo, reconocen la diversidad cultural, económica y social de las comunidades, promueven los principios de acceso democrático a la información y al conocimiento, y contribuyen a fortalecer la cultura CTel en el país mediante programas y actividades educativas.

En esta definición se incluyen algunos de los requisitos que debe cumplir una institución para ser reconocida como Centro de Ciencia por parte de MINCIENCIAS, adicional a estos, se establecen otros criterios, como, tener mínimo dos años de haberse constituido, llevar a cabo procesos de sistematización y evaluación de sus programas y actividades en ASCTI e implementar prácticas de formación con su personal en temas de ASCTI. (Colciencias, 2015). El proceso de reconocimiento se lleva en dos fases, una de autoevaluación y otra de realizada por Minciencias a través de pares externos. El reconocimiento realizado por

³⁶ La Resolución 0957 de 2021 del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación, reglamenta el reconocimiento de los Actores del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación - SNCTI

medio de acto administrativo emitido por MINCIENCIAS podrá ser otorgado por un periodo de uno, tres o cinco años.

Las organizaciones que pueden lograr el reconocimiento como Centros de Ciencia están divididas en cuatro grupos con base en el criterio museológico de sus colecciones, si es biológica o es de objetos (Minciencias, s.f.). Los grupos con algunos ejemplos son:

Grupo1 Bioespacios: acuarios, zoológicos y jardines botánicos.

Grupo 2 Espacios para las ciencias exactas, físicas, sociales y la tecnología: museos de ciencia y tecnología, museos dedicados al estudio del ser humano y planetarios y observatorios.

Grupo 3 Espacios de construcción ciudadana en CTel: colaboratorios, los espacios maker y los talleres ciudadanos.

Grupo 4 Espacios mixtos: casas de la ciencia, centros interactivos, museos de historia natural y parques temáticos.

Los museos de Geociencias y Paleontológico de la Universidad Nacional de Colombia, el Museo Departamental de Ciencias Naturales Federico Carlos Lehmann Valencia – INCIVA, el Museo de Ciencias Naturales de la Salle, la Corporación Maloka de Ciencia, Tecnología e Innovación, son algunas organizaciones reconocidas como Centros de Ciencia por Minciencias.

1.3.3.5 Norma Técnica Colombiana NTC 5854. Accesibilidad a páginas web

Considerando las necesidades que tienen las entidades museales en incrementar los niveles de comunicación con sus usuarios, así como en dar a conocer y visibilizar el museo en diferentes partes del mundo, y en facilitar y mejorar los canales para la adquisición, intercambio y distribución de información, se hace indispensable tener en cuenta la norma NTC 5854 para la mejora del proceso estratégico de comunicación en la institución.

El objeto de esta norma es establecer los requisitos de accesibilidad que se deben implementar en las páginas web en los niveles de conformidad A, AA y AAA³⁷. Para la realización de este documento normativo se tomó como documento de referencia “Las Pautas de Accesibilidad³⁸ para el contenido Web (WCAG) 2.0 Recomendación del W3C³⁹ del 11 de diciembre de 2008” (Icontec, 2011).

1.4 Resultados y análisis

A partir de la exploración realizada en las anteriores secciones de este trabajo, a continuación, presentaré un conjunto de planteamientos para orientar la implementación de esquemas de excelencia en museos. Como punto de partida, se recopilarán y presentarán los principales elementos expuestos en el documento que desde mi punto de vista son fundamentales para abordar la propuesta.

1.4.1 Aspectos preliminares

Para comenzar hay que comprender que la certificación y la acreditación son procesos de calidad voluntarios que tienen alcances diferentes, en el primero, se evalúan los procesos y la gestión de la organización, en el segundo se comprueba que la organización es capaz de realizar lo que se dispone a hacer de acuerdo a su área de actuación o función misional.

³⁷ Para satisfacer las necesidades de diferentes grupos y situaciones. se definen tres niveles de conformidad: A (más bajo), AA y AAA (más alto).

³⁸ Las pautas de accesibilidad (WCAG) definen cómo hacer que el contenido web sea más accesible para las personas con discapacidades. La accesibilidad implica una amplia gama de discapacidades, que incluyen discapacidades visuales, auditivas, físicas, del habla, cognitivas, del lenguaje, del aprendizaje y neurológicas. Aunque estas pautas cubren una amplia gama de temas, no pueden abordar las necesidades de personas con todos los tipos, grados y combinaciones de discapacidades. Estas pautas también hacen que el contenido web sea más utilizable por personas mayores con capacidades cambiantes debido al envejecimiento y, a menudo, mejoran la usabilidad para los usuarios en general.

³⁹ El Consorcio World Wide Web (W3C) es una comunidad internacional donde las organizaciones miembros, el personal de tiempo completo y el público trabajan juntos para desarrollar estándares web.

Cualquier institución museal⁴⁰ que esté legalmente constituida puede acreditarse o certificarse bajo estos modelos.

1.4.1.1 Beneficios que se obtienen al implantar esquemas de calidad

Cuando las entidades museales implementan estos modelos, pueden obtener los siguientes beneficios en las diferentes etapas de planeación, ejecución, evaluación y seguimiento de su proceso de gestión:

- **Etapas de planeación y ejecución**
- Faculta la revisión de políticas, estrategias y planes obsoletos. Coadyuva a tener una política clara y coherente de gestión de colecciones, que sea la hoja de ruta, para su fortalecimiento y valoración.
- Brinda herramientas para repensar y replantear la estructura de gestión, los procedimientos y los instrumentos de medición actuales para lograr administrar el museo como es debido. Permite al museo ser más organizado, más disciplinado, manejar idóneamente los protocolos, regularizar los procesos y hacer una mejor gestión documental, facilitando su crecimiento y desarrollo.
- Ayuda a dejar de trabajar a ciegas y empezar a trabajar más objetiva y focalizadamente, alcanzando resultados más definidos.
- Dependiendo del modelo que se aplique se puede lograr reconocimiento nacional e internacional.
- Aporta a la construcción de una cultura de sostenibilidad y un compromiso de responsabilidad con futuras generaciones.

⁴⁰ En el numeral 11 de la “Encuesta de Registro y Clasificación de Entidades Museales” del Programa Fortalecimiento de Museos año 2016, se determina un listado para clasificar las entidades museales en el Sistema de Información de Museos de Colombia – SIMCO: (i) Museo con colecciones temáticas, (ii) Museo Virtual, (iii) Museo Comunitario, (iv) Museo de territorios: Centro de interpretación / Zonas arqueológicas / Parques arqueológicos / Zonas ecológicas / Ecomuseo / Museos al aire libre, (v) Entidad museal con colecciones vivas: Acuario / Zoológico / Jardín botánico / Parque Natural, (vi) Colección museográfica / Salas museales, (vii) Casa Museo, (viii) Centro interactivo / Planetario, (ix) Lugar y/o centro de memoria. La definición de cada uno de estos espacios se encuentra en el documento Glosario Términos Museológicos del Programa de Fortalecimiento de Museos.

- Permite mantener la calidad en diferentes procesos educativos y de investigación. En museos universitarios puede contribuir a la articulación de sus fines misionales, investigación, extensión y docencia.
 - Ayuda a mejorar la sociedad y se constituyen como instrumento de diálogo.
 - Trabaja en la gestión de riesgos y coadyuva a poner en marcha planes de emergencia.
 - Al pertenecer a una comunidad, posibilita el relacionamiento con otros museos para trabajar asociadamente, lo que contribuye al aprendizaje mutuo, transferir capacidades y prácticas de gestión a otros museos.
- **Etapa de evaluación y seguimiento**
- En la evaluación de pares, se testifica que el museo cumple su misión y con los estándares aprobados, que es digno de apoyo y de respaldo técnico y financiero externo. Permite dar buena cuenta de la administración de los recursos propios y públicos.
 - Permite a los líderes y colaboradores de los museos conocerse a sí mismos y a la institución a la que pertenecen, ayuda a identificar y hacer un balance de las cosas que se hacen bien y las que requieren atención, y fortalece las áreas donde hay debilidades. Da confianza a la entidad, para tener una relación de tú a tú con otros museos de carácter internacional.
 - Los tiempos impuestos en las evaluaciones de acreditación y certificación son clave para revisar activamente su actividad e identificar áreas de actuación y mejora y mantener los documentos actualizados.
 - Facilita la respuesta a las acciones legales.

Por lo que corresponde al personal de la entidad, a los servicios y a sus usuarios, la implementación de los sistemas puede ser útil para:

- **Personal**
- Fomentar el desarrollo profesional, planificando actividades de formación, de inducción y de entrenamiento del personal.
 - Involucrar a toda la organización, buscando tener un propósito común y una mayor conciencia sobre la aplicación de estándares, lo que aumenta el nivel de compromiso, la satisfacción de los empleados y el grado de pertenencia del personal hacia la institución.

- **Servicios y usuarios**

- Hace que la entidad preste servicios más idóneos y confiables, contribuyendo a su competitividad.
- Reduce los riesgos asociados a la calidad o seguridad de los bienes y servicios.
- Aumenta la visibilización de los servicios en diferentes escenarios, lo que contribuye a incrementar los ingresos para mejorar su operación, al identificar capacidades y por ende otros bienes y servicios de su portafolio.
- El sello de distinción es un compromiso con los usuarios y con la comunidad. Estrecha las relaciones entre su audiencia y sus contenidos, por el tipo de enfoque de su sistema dirigido principalmente a la satisfacción de los usuarios. La atención está puesta principalmente en la experiencia del visitante.

1.4.1.2 Inconvenientes y dificultades en la implementación de sistemas de calidad

Según Lourdes Ramos, (2019)⁴¹, los principales problemas que tienen los museos que se acreditan bajo el esquema de la Alianza Americana de Museos, por mencionar un marco puntual, están asociados a la parte financiera, a los requerimientos de planta física, a la carencia de personal idóneo en algunas áreas como pueden ser la conservación, los servicios sociales educativos y el área informática, así como el acceso a recursos tecnológicos y a la conservación de los bienes que albergan. Respecto a la conformación de agremiaciones, en América Latina hay dificultades, ya que hay varios profesionales y entidades museales que conducen su accionar por intereses personales y en algunas ocasiones en el señalamiento de las fallas o de la realización de críticas poco constructivas. Pocas veces se reconoce lo bueno que hacen los otros.

La apatía frente a este tipo de procesos es uno de los problemas graves de las instituciones, no solo de los museos (Ortiz, 2018). Por las características de los mismos, no suelen emocionar ni entusiasmar a gran parte de las personas que hacen parte de las

⁴¹ Par evaluadora del proceso de acreditación del Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá ante la Alianza Americana de Museos.

organizaciones. Adicional a esto, los procesos de excelencia son considerados como tareas que incrementan la carga laboral, generalmente sin un reconocimiento personal.

Desde mi punto de vista, la implementación de sistemas de calidad en entidades museales en Colombia se ve afectada por diversos factores, el primero es que a los museos de Colombia no se le ha otorgado el merecido valor, ni se les ha reconocido el importante papel que cumplen en los asuntos que se refieren a la cultura y al turismo a nivel local y nacional, por esto se podría inferir que no se ve la necesidad de aplicar estos modelos de acreditación o certificación.

El segundo, es la carencia de lineamientos que concienticen sobre la importancia de la aplicación de buenas prácticas y de políticas que promuevan e incentiven la cultura de la calidad en el campo. Esto conduce a que el establecimiento de un sistema de calidad, dependa de la voluntad del órgano rector al cual pertenece el museo o de las entidades que gestionan el sector cultural en el país.

El tercero, es la falta de homogenización de modelos organizativos como redes y alianzas. Estas asociaciones con una línea de acción de carácter nacional bien definida, pueden contribuir a la conceptualización, estructuración, sistematización, socialización y puesta en marcha de un sistema nacional de calidad, buscando la transformación e innovación en los museos. Por otra parte, por su significativa pluralidad pueden ayudar a identificar las nuevas competencias culturales, de ocio y de consumo de masas y las exigencias y requisitos del cliente que no son solo locales sino globales.

El cuarto, se relaciona con la resistencia al cambio o con la dificultad que tienen las organizaciones en la adaptación a un entorno cambiante y competitivo y en la adopción de nuevos procedimientos, técnicas, valores y conductas estandarizadas.

Identificar los inconvenientes en estos procesos, permite definir nuevos retos, encontrar soluciones y esbozar hojas de ruta a corto y largo plazo para la gestión del sector, en donde converjan cultura, turismo, política y economía.

1.4.2 Hacia el cumplimiento de estándares en los museos

Pese a lo difícil que puede resultar establecer un sistema de acreditación o certificación de museos en Colombia, por la demanda de tiempo, energía, recursos técnicos y económicos y por la necesidad de cualificación del personal tanto de los museos como de los pares evaluadores requeridos en estos procesos, se puede plantear, desde mi perspectiva, un modelo básico de excelencia que puede ser implementado en el sector museal que comprende 2 partes, (i) interés en la acreditación o certificación de entidades museales y (ii) propuesta de esquema de excelencia en entidades museales.

1.4.2.1 Interés de acreditación o certificación en el sector de los museos

El Ministerio de Cultura y el ICOM-Colombia a través de sus políticas y objetivos estratégicos muestran un importante interés en la Conformación de un Consejo de Acreditación de Museos y de un Sistema Nacional de Acreditación de Museos, no obstante, estos planteamientos no han logrado concretarse. Ante esto se requiere que el Gobierno y los actores que intervienen en la definición de políticas, como son el Ministerio de Cultura, el ICOM, el Museo Nacional de Colombia, la Mesa Nacional de Museos, las Mesas de Museos locales como la de Bogotá y Medellín, analicen y determinen si es fundamental establecer a mediano o largo plazo un programa nacional de acreditación de museos dentro de los objetivos de los planes de acción del sector cultural, como un mecanismo para revisar y validar los procesos de los museos de forma externa. Esto requiere que se definan claramente las metas, los indicadores, los responsables y los recursos técnicos y financieros para desarrollar el programa.

En este ejercicio deben estar involucrados de forma activa los museos y los directivos de las instituciones a las que pertenecen, pues permiten conocer sus necesidades, intereses particulares y experiencia, para determinar la pertinencia y el alcance del programa. Dicho de otro modo, los museos y directivos pueden coadyuvar a definir qué es más conveniente, si construir un sistema de acreditación de museos para Colombia, con los costos que esto implica, o continuar con el modelo en que cada museo de acuerdo a sus particularidades, selecciona un organismo internacional para implementar su proceso de acreditación. Por otra parte, es posible que muchos museos manifiesten que solo requieren cumplir algunos

requisitos de calidad para demostrar que sus actividades las realizan con altos estándares museales y que no es necesario que en su organización se implemente todo un esquema de acreditación.

Teniendo en cuenta lo anterior, para el planteamiento se recomienda indagar si Colombia tiene interés en contar en cierto tiempo con un determinado número de museos acreditados bajo un esquema nacional o uno internacional, si ve pertinente certificar los sistemas de gestión de calidad de los museos y en caso positivo determinar cuáles museos deberían adoptar este modelo; y finalmente si le parece importante reconocer, plantear y establecer otros mecanismos para garantizar y demostrar la excelencia en los museos.

Aunque se plantea la gran necesidad de acreditación como una herramienta para el mejoramiento de la planificación, la gestión y la prestación de servicios de un museo, y para demostrar el profesionalismo en las labores que allí se desarrollan, hay que considerar muchos factores que se deben valorar, dentro de los cuales encuentran los técnicos, administrativos y económicos. La implementación y sostenimiento de estos complejos y dinámicos procesos implican enormes esfuerzos técnicos y financieros, que sin un apoyo claramente definido por parte del gobierno y de las instituciones a las que pertenecen los museos, se vuelven difíciles de alcanzar y más ante situaciones como las que se viven en estos momentos a causa de la pandemia por COVID 19, en donde el ingreso de recursos se ha visto notablemente disminuido.

1.4.2.2 Propuesta de un modelo de excelencia para entidades museales en Colombia

Partiendo de las dificultades que se pueden presentar al plantear, implementar y hacer seguimiento a un sistema de acreditación en Colombia, la propuesta entonces se dirige a la implementación de los modelos de excelencia existentes. El fin primordial de esta propuesta es fomentar la cultura de la calidad en los profesionales de los museos, identificar, categorizar y visibilizar los museos que pueden participar en el ejercicio, y propiciar el trabajo colaborativo. Vale la pena recordar que la implementación de estos sistemas de certificación y acreditación es de carácter voluntario, que de alguna manera marca una gran diferencia que el museo *deba* o *quiera* mejorar constantemente.

En primera instancia se propone identificar museos en Colombia con cierto conocimiento y nivel de madurez en la implementación de modelos de calidad, que incentiven a otros museos, a partir de su experiencia, a iniciar o incrementar la cultura de la calidad en su organización incorporando buenas prácticas para mejorar su modelo de administración, bajo un enfoque centrado en las necesidades y expectativas de sus usuarios. A partir de lo presentado en este documento, se tienen dos museos como referentes: el Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá, con experiencia en acreditación ante la Alianza Americana de Museos, y el Museo Casa de la Memoria de Medellín, certificado bajo la Norma ISO 9001.

Una fase posterior consistiría en reconocer los museos interesados en uno de estos dos esquemas, los cuales deben tener muy clara su motivación de acreditación o certificación, esto con el fin de agruparlos y buscar el acompañamiento por parte de los expertos o *padrinos* para que fomenten, faciliten y sugieran una hoja de ruta para la puesta en marcha de estos sistemas. Esto, desde luego requiere de incentivos para los expertos por parte del Ministerio de Cultura, por ejemplo, pues implica trabajo adicional a la labor cotidiana que desempeñan en los museos a los cuales están vinculados. La identificación, registro y visibilización de los museos acreditados, certificados o interesados debería realizarse periódicamente a través del Sistema de Información de Museos Colombianos - SIMCO. Antes de iniciar estos complejos procesos, las entidades museales deberían realizar una evaluación preliminar que considere los recursos y tiempos que serán requeridos para analizar y mejorar los procesos internos, desarrollar procedimientos, formar al personal y poner en práctica los resultados de los planes de mejora resultado de las evaluaciones. Asimismo, hay que contemplar los recursos económicos para cubrir los gastos asociados a auditorías internas y externas, entre los que hay que incluir viáticos y gastos de viaje de pares evaluadores. La autoevaluación es una etapa muy importante antes de tomar la decisión de iniciar un proceso. Un equipo de expertos debería proponer un *checklist* con los requisitos de cada esquema para agilizar esta tarea. Cabe mencionar que esta lista debe ser adaptada y completada de acuerdo a las particularidades del museo.

Por otra parte, acreditarse/certificarse implica realizar diagnósticos de diferentes niveles, que evalúen el desempeño del museo. Es decir, el museo que busca poner en marcha un programa de excelencia, debería hacer una pausa en su ejercicio cotidiano y reflexionar sobre qué tan bien logra su misión y sus objetivos, y en qué medida cumple con ciertos

estándares y buenas prácticas en el campo museal buscando una mejora continua. Por otra parte, si el museo hace parte de una institución, por ejemplo, de Educación Superior, cuál es su contribución al desarrollo de sus fines misionales de docencia, investigación y extensión. Finalmente, cuál es el impacto que puede tener el reconocimiento de estos museos en el país, sabiendo que tienen un rol tan significativo en las dinámicas de sectores como el turístico y el cultural. De igual manera, se podría identificar qué tanto aportan al cumplimiento de objetivos y metas globales, como por ejemplo las propuestas en la agenda de desarrollo sostenible, para proteger el planeta, erradicar la pobreza, entre otros.

Para poner en marcha un modelo de calidad, se podría, a través de un trabajo mancomunado distribuir tareas especialmente las relacionadas a la gestión documental, unificando formatos, estructuras de documentos, etc., logrando, de manera global, una disminución en las cargas del trabajo requeridas para esta labor. Esto exige un compromiso de colaboración técnica que podría motivar a diferentes museos del país a integrarse a través de proyectos multidisciplinarios, buscando una visión estratégica para el sector de los museos.

Lo esencial para mantener un sistema con vida, es estar atento a su desarrollo, es por esto que la evaluación y verificación permanente del cumplimiento de estándares es una acción indispensable, porque identifica debilidades en el modelo y nos hace plantear acciones para mejora constante. Esto implica la creación de un grupo conformado por expertos con cierto conocimiento en la realización de auditorías para la evaluación.

Estas actividades deberían ser sufragadas o cofinanciadas, por una parte, con recursos de los fondos públicos que son otorgados a través de programas y convocatorias,⁴² con modalidades o categorías dirigidas especialmente a incentivar la implementación o mejora

⁴² En 2021 se presentó el Programa Nacional de Estímulos. Portafolio 2021, que tiene como propósito apoyar iniciativas presentadas por artistas, creadores, investigadores, emprendedores y gestores culturales colombianos, bien sea en el ámbito nacional o internacional, para que, en diversas disciplinas del campo cultural, reciban a través de incentivos económicos un estímulo a su práctica, labor y su quehacer. Ver el programa en el siguiente enlace <http://www.museonacional.gov.co/elementosDifusion/2021/Noticias/Museo%20Nacional%20de%20Colombia%20Est%C3%ADmulos%202021.pdf>

Dentro de la línea Reconocimientos de las convocatorias de este programa se otorgaron recursos para el Fortalecimiento de proyectos en museos comunitarios. En la línea Becas, se brindaron estímulos económicos a proyectos que generen planes museológicos, planes relacionados con acciones de conservación preventiva o acciones de gestión del riesgo y proyectos que desarrollen proyectos museográficos y procesos de digitalización en museos.

de los esquemas de calidad de las entidades museales. Por otra parte, dentro de los planes de acción del Ministerio de Cultura, de las organizaciones encargadas del sector y de las instituciones a las que pertenecen algunos museos, se deberían proponer objetivos que posibiliten llevar a la práctica estas estrategias. Esta propuesta de preparación de museos interesados en implementar esquemas de excelencia podría ser indispensable, puesto que permitiría analizar la viabilidad de la creación de un programa de acreditación para museos colombianos o continuar con la implementación de los esquemas existentes: acreditación con AAM y certificación en ISO 9001. Otro aspecto a considerar para el establecimiento del programa en Colombia, es la nueva definición de museo que está liderando el ICOM⁴³, ya que uno de los requisitos preliminares que se deben cumplir en los esquemas de calidad es que la institución esté en el marco de esta definición. Respecto a este punto, la definición de museo debería prestar especial atención a los requerimientos y satisfacción de los usuarios; el enfoque al cliente es uno de los principios de la Norma ISO 9001.

1.4.2.3 Sustentabilidad de los procesos de acreditación y otros modelos de excelencia en museos

El proceso de acreditación visto como un instrumento para la evaluación, el reconocimiento y el aseguramiento de la calidad de las instituciones museológicas, requiere para su establecimiento y sostenibilidad el compromiso de diferentes sectores como el político, el académico, el cultural y el turístico, que comprendan la importancia y el sentido de su implantación.

Constituir un sistema de acreditación de museos en Colombia o un consejo —como se propuso hace unos años— sin marcar un horizonte político claro que considere las diversas características de las instituciones y que no defina los verdaderos beneficios de llevarlo a

⁴³ En 2019, el ICOM propuso una nueva definición de museo que no fue aprobada por generar controversia entre varios profesionales y entidades museales: Los museos son espacios democratizadores, inclusivos y polifónicos para el diálogo crítico sobre los pasados y los futuros. Reconociendo y abordando los conflictos y desafíos del presente, custodian artefactos y especímenes para la sociedad, salvaguardan memorias diversas para las generaciones futuras, y garantizan la igualdad de derechos y la igualdad de acceso al patrimonio para todos los pueblos. Los museos no tienen ánimo de lucro. Son participativos y transparentes, y trabajan en colaboración activa con y para diversas comunidades a fin de coleccionar, preservar, investigar, interpretar, exponer, y ampliar las comprensiones del mundo, con el propósito de contribuir a la dignidad humana y a la justicia social, a la igualdad mundial y al bienestar planetario. (ICOM,2019)

la práctica, tanto a nivel estratégico, como a nivel táctico y operativo, puede resultar contraproducente. Los esfuerzos realizados en diferentes frentes se pueden ver afectados o se puede llegar a una desmotivación general al no alcanzar los resultados esperados. No basta con disponer de recursos económicos para financiar los procesos de acreditación de unos cuantos museos si no es importante para el Estado mantenerlos a lo largo del tiempo.

Ahora bien, lo que se buscaría finalmente a través de la estructuración de un programa, sistema o esquema de excelencia en instituciones museales, es lograr su reconocimiento y garantizar que los servicios que se ofrezcan, en cuanto a sus fines misionales y a sus particularidades, se realicen en el marco de ciertos requisitos y estándares a nivel nacional e internacional. Esto, a mi modo de ver, no solo beneficiaría a los usuarios directos de los museos, sino a sectores como el educativo, cultural, científico y turístico, puesto que coadyuvaría en cierto grado al desarrollo de sus propios sistemas de gestión buscando una mejora integral y continua.

Para esto, resulta indispensable que, como indica William López⁴⁴, se establezca una ruta de sostenibilidad para este esquema, en la que se defina una instancia independiente, rectora en el tema, con suficientes recursos para su operación y acompañada de un grupo asesor que comprendiendo la razón de ser de los museos, lidere y apoye acciones que estén orientadas a fortalecer la calidad de diferentes ámbitos museales, a través de la producción y divulgación de herramientas de gestión, la creación de premios y otros mecanismos de reconocimiento, la realización de estudios e investigaciones de colecciones y públicos, la gestión de recursos, la generación de indicadores para el campo, la ejecución de un censo que permita actualizar la información de los museos, en especial la relacionada con el cumplimiento de estándares, la conformación de espacios para el diálogo, etc.

⁴⁴ Entrevista personal, realizada a William López el 3 de diciembre de 2021. William Alfonso López Rosas es profesor del Instituto de Investigaciones Estéticas de la Universidad Nacional de Colombia, es coordinador del grupo de investigación Museología Crítica y Estudios del Patrimonio Cultural y coordinador académico de la Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio de la misma institución. El profesor López posee una larga experiencia profesional en el campo de los museos. Fue jefe de la División Educativa y Cultural del Museo Nacional de Colombia y dirigió el Museo de Arte de la Universidad Nacional de Colombia.

Desde mi punto de vista, si se propone un sistema de acreditación, este debería estar conformado por el ICOM, el Ministerio de Cultura y los miembros de la Red Nacional de Museos de Colombia, así mismo se deberían integrar como actores a los estudiantes de museología en el desarrollo de sus prácticas académicas y a los líderes de los sectores educativo, cultural, científico y turístico, logrando sinergias que lleven a la realización de proyectos en común. Para ello, es esencial que a los museos se les reconozca su labor en la reactivación del patrimonio, en el intercambio cultural y de saberes, en la generación y divulgación del conocimiento, en el desarrollo de actividades turísticas y de entretenimiento. Es decir, identificar los beneficios sociales, políticos, y económicos que les traería a estos sectores vincularse al sistema museal.

Al integrar estos ramos, tendríamos otras opciones de financiación para estos procesos, aunque sea de manera sectorial. Por medio de convocatorias como las de Minciencias, que, para dar respuesta a las demandas territoriales⁴⁵ y con recursos del Fondo de Ciencia, Tecnología e Innovación – FCTel, del Sistema General de Regalías, se incentiva la creación y el reconocimiento de Centros de Ciencia enmarcados en las siguientes tipologías: Bioespacios, Espacios para las Ciencias exactas, físicas, sociales y la tecnología, Espacios de construcción ciudadana en Ciencia, Tecnología e Innovación y otros espacios de carácter mixto⁴⁶.

Otro mecanismo que puede ser útil para la sostenibilidad de iniciativas como esta, es que a través del Consejo Nacional de Política Económica y Social – CONPES⁴⁷, se establezca una política a 10 años para el fortalecimiento del sector, en el que se definan claramente

⁴⁵ Las demandas territoriales son entendidas como los problemas, las necesidades o las oportunidades que puedan ser solucionadas o transformadas mediante la ciencia, la tecnología y la innovación en los territorios, en atención a lo establecido en el artículo 52 de la Ley 2056 de 2020 y, el numeral 7 del artículo 1.2.3.1.1 del Decreto 1821 de 2020.

⁴⁶ Información recuperada del documento: “Condiciones específicas para el mecanismo de participación 3: Propuestas de proyectos con enfoque en centros de ciencia” de la “Convocatoria de la Asignación para la CTel del SGR para la apropiación social del conocimiento en el marco de la CTel y vocaciones científicas para la consolidación de una sociedad del conocimiento de los territorios”, que dio apertura el 8 de julio de 2021

⁴⁷ CONPES: Máxima autoridad nacional de planeación y se desempeña como organismo asesor del Gobierno en todos los aspectos relacionados con el desarrollo económico y social del país. Para lograrlo, coordina y orienta a los organismos encargados de la dirección económica y social en el Gobierno, a través del estudio y aprobación de documentos sobre el desarrollo de políticas generales que son presentados en sesión. Mayor información en <https://www.dnp.gov.co/CONPES>.

sus objetivos, plan de acción, estrategias, responsables, financiación y acciones de seguimiento periódico. Todo esto de la mano con la Dirección Nacional de Planeación y los organismos encargados del sector en Colombia. Un factor que considero clave en esta actividad es el proceso de seguimiento, que podría estar a cargo de la Instituciones de Educación Superior que tienen programas académicos en museología, esto podría hacer que la propuesta se ejecute y no quede en el papel, como pudo ocurrir con la política de museos planteada en 2010.

Resumiendo lo planteado, se requiere de un grupo conformado por instituciones idóneas, liderado por una instancia a nivel nacional, que diseñe e implemente un sistema de acreditación de museos, que cuente en su plan de acción con objetivos y líneas de acción claramente definidos dirigidos a mejorar la calidad de las entidades museales, que proponga estrategias para la gestión de los recursos que garanticen la sostenibilidad de estos procesos y que defina instrumentos para su evaluación y seguimiento. En este sistema se deben integrar actores de diversos sectores, con el fin de conocer y aprender de sus experiencias y trabajar en conjunto encontrando objetivos en común, por el bien de la comunidad.

El funcionamiento del sistema debería ser sufragado principalmente con los recursos del Estado asignados a las entidades responsables del sistema, en el marco de sus competencias. Para atender estos compromisos, los líderes deberían gestionar la posible reorientación de los recursos del Presupuesto General de la Nación (PGN) asignados a los sectores involucrados. Otras estrategias de financiación pueden incluir recursos de entes externos, como donaciones o fondos de organismos internacionales que apoyen proyectos de esta naturaleza.

Finalmente, los profesionales en museos y aquellos que se encuentren en formación, deben participar activamente en incentivar y promover la aplicación de estándares, en igual forma, deben contribuir de manera crítica al seguimiento de la implementación de estrategias que aporten a la excelencia en los museos.

1.4.3 Recomendaciones de selección de esquemas de excelencia

A partir de la recopilación de distintos panoramas museísticos alrededor del tema de estándares, en el Anexo 1 se plantean una serie de comparaciones y relaciones entre los

documentos base de la gestión en museos y algunos de los modelos de aseguramiento de la calidad existentes: Estándares Básicos para Museos de la Alianza Americana de Museos y las normas NTC-ISO 9001:2015 y UNE 302002:2018, para dar opciones al momento de decidir cuál esquema implementar para la buena gestión y difusión de los museos en función de sus particularidades. En la primera parte de la tabla se consideran los componentes relacionados en la definición vigente de museo del ICOM⁴⁸, un segundo bloque incluye los elementos que conforman el código de deontología del ICOM para los museos⁴⁹, una tercera sección menciona aspectos contemplados en la publicación del ICOM “Cómo administrar un museo. Manual Práctico” y un cuarto punto está relacionado con los numerales de la Política de Museos emitida por el Ministerio de Cultura de Colombia.

A partir de esta comparación se identifican varios puntos de los modelos de calidad que convergen y que contribuyen al cumplimiento de las directrices de museos, dentro de ellos los que corresponden a la organización del museo, a la gestión del personal y la infraestructura y las estrategias de comunicación.

1.4.3.1 Norma Técnica Colombia NTC-ISO 9001

Uno de los pasos hacia la excelencia es iniciar la implementación de sistemas de gestión calidad como el ISO 9001, sin necesariamente buscar la certificación. Un aspecto clave en esta labor es establecer el alcance del Sistema de Gestión de la Calidad - SGC, porque esclarece sobre qué partes de la organización, funciones, procesos o áreas, actúan en el SGC.

A continuación, presento algunas ayudas básicas que pueden servir para iniciar la implementación de un sistema de gestión de calidad bajo la norma ISO 9001, teniendo en

⁴⁸ “Un museo es una institución sin fines lucrativos, permanente, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines de educación, estudio y recreo.”

⁴⁹ El Código de Deontología del ICOM para los Museos es un texto fundamental de la Organización en el que se establecen las normas mínimas de conducta y práctica profesional para los museos y su personal.

cuenta que es el sistema que está a disposición en Colombia para cualquier organización sin importar sus productos y servicios suministrados, incluidos los museos.

- **Normograma**

En Anexo 2, se recoge un cuerpo de las referencias normativas más importantes para los museos, organizados por categorías y ordenados cronológicamente de acuerdo a la fecha de expedición, contiene información sobre la entidad emisora, una breve descripción del tema y un enlace para encontrar el documento en internet. Estos documentos sirven como orientación para el direccionamiento estratégico, la operación, el seguimiento y la evaluación de instituciones museales.

- **Enfoque de procesos para un museo de acuerdo a la norma ISO 9001**

Una de las actividades a realizar para adoptar un sistema de gestión de la calidad enfocado en procesos⁵⁰, es realizar un esquema que represente la estructura de los procesos de una institución y muestre la interacción de sus elementos. Generalmente estos procesos están agrupados en estratégicos, misionales, de apoyo y de evaluación y control. Un ejemplo de mapa de procesos se puede ver en la Figura 1-4.

La gestión del sistema y sus procesos y el cumplimiento de sus requisitos puede lograrse aplicando el ciclo PHVA. De acuerdo a la norma ISO 9001 el ciclo PHVA se describe así:

Planificar: Establecer los objetivos del sistema y sus procesos, y los recursos necesarios para generar y proporcionar resultados de acuerdo con los requisitos del cliente y las políticas de la organización, e identificar y abordar los riesgos y las oportunidades.

Hacer: Implementar lo planificado.

⁵⁰ El enfoque de procesos, implica la definición y gestión sistemática de los procesos y sus interacciones, con el fin de alcanzar los resultados previstos de acuerdo con la política de la calidad y la dirección estratégica de la organización. La gestión de los procesos y el sistema en su conjunto puede alcanzarse utilizando el ciclo PHVA con un enfoque global de pensamiento basado en riesgos dirigido a aprovechar las oportunidades y prevenir resultados no deseados. (Icontec, NTC-ISO 9001:2015)

Verificar: Realizar el seguimiento y (cuando sea aplicable) la medición de los procesos y los productos y servicios resultantes respecto a las políticas, los objetivos, los requisitos y las actividades planificadas, e informar sobre los resultados.

Actuar: Tomar acciones para mejorar el desempeño, cuando sea necesario.

La Figura 1-5 ilustra la representación de la estructura de la norma ISO 9001 con el ciclo PHVA, esto permite a una organización museal planificar sus procesos e interacciones.

Figura 1-4 Propuesta de mapa de procesos para una institución museal

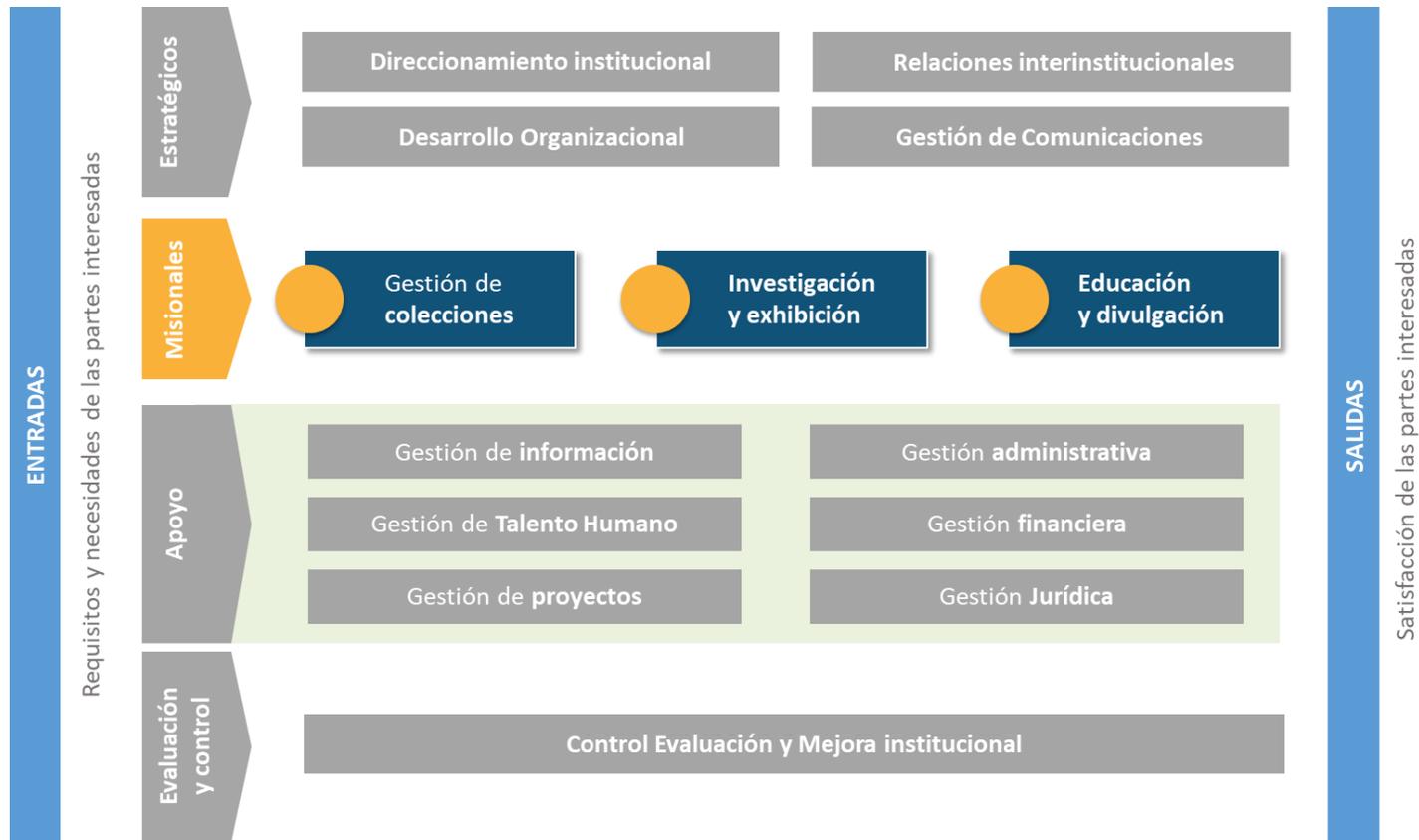
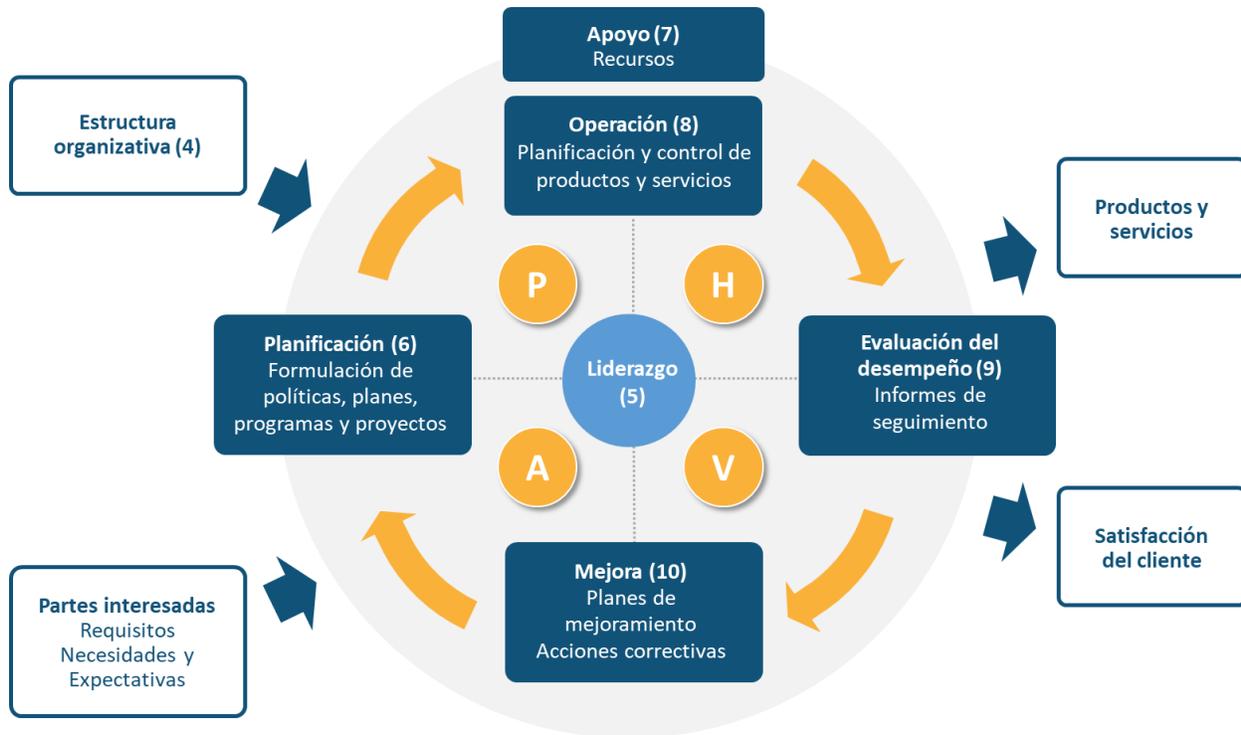


Figura 1-5 Representación de la norma ISO 9001 con el ciclo PHVA



El esquema de elaboración propia es una adaptación del gráfico presentado en la norma NTC-ISO 9001:2015

▪ **Identificación de las partes interesadas**

Las partes interesadas están conformadas por personas o grupos de personas que tienen un interés en la operación de la entidad, que pueden afectar o que podrían verse afectadas por la organización, es decir, a quienes oferta su productos y servicios y a quienes conciernen los resultados obtenidos. En primera instancia hay que realizar un inventario de las partes interesadas, su identificación, su vínculo con los procesos y sus requisitos, para comprender sus necesidades y expectativas.

Dentro de la lista de partes interesadas podemos encontrar: usuarios (ciudadanía en general, estudiantes, docentes, empresarios, organizaciones sociales), centros de educación formal e informal, artistas y expertos, proveedores, empleados, directivos y

gerentes, organismos de regulación, organizaciones de respuesta a emergencias, medios de comunicación.

- **Etapas de un proceso de implementación de la norma ISO 9001**

En la figura 1-6 presento un esquema que sintetiza las etapas que se deben llevar a cabo en un proceso de implementación de la norma ISO 9001 para la mejora interna, o si es interés de la organización, obtener la certificación. Las actividades son: diagnóstico, plan de trabajo, diseño del Sistema de Gestión de Calidad - SGC, implementación del SGC, auditoría interna y certificación.

Figura 1-6 Etapas para la implementación de la norma ISO 9001



1.4.3.2 Alianza Americana de Museos

Como se mencionó en el numeral 3.1.1 de este documento, la Alianza Americana de Museos - AAM tiene programas muy flexibles que contribuyen a la excelencia de los museos de acuerdo a sus intereses, recursos y a su nivel de desarrollo. A partir de estos, un museo podría inclinarse por un programa de verificación de documentos básicos, por un programa de evaluación en Museos (MAP) o por un programa de acreditación. Invito al lector a consultar las siguientes ayudas que ofrece la AAM para determinar el programa más adecuado según sea el caso para el museo: [Guía de comparación de programas](#) y el [cuestionario de diagnóstico inicial](#).

Aunque podría resultar más práctico y sencillo que los museos acojan uno de los programas de la AAM de manera individual, sería conveniente preguntarse si un modelo como estos puede ser adoptado o adaptado por Colombia, pese a que requiere, para su puesta en marcha, de una gran inversión en infraestructura.

1.4.3.3 Norma española UNE 302002:2018

Si un museo identifica que tiene un gran potencial en el sector del turismo, podría contemplar los estándares descritos en la Norma española UNE 302002:2018, mencionada en el numeral 3.2.3. Valdría la pena analizar si esta norma técnica puede aplicarse en museos colombianos, esto puede abrir un interesante espectro en campos de certificación y formación que puede resultar de gran interés para esta entidad, al igual que para el Subsistema Nacional de la Calidad - SICAL.

1.4.3.4 Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG

Otra situación que se presenta está relacionada con los museos que pertenecen a instituciones públicas en Colombia. De acuerdo al Decreto 1499 de 2017 las entidades del sector público de orden territorial y nacional deben adoptar el Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG⁵¹. Ante esto, los museos que busquen la certificación o acreditación tienen un significativo avance, principalmente en la caracterización y documentación de procesos, ya que generalmente estos modelos incorporan diferentes subsistemas como se pueden apreciar en la Figura 1-7, que muestra el Sistema Integrado de Gestión Institucional – SIGI, implementado por el Ministerio de Cultura:

⁵¹ El Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG es un marco de referencia para dirigir, planear, ejecutar, hacer seguimiento, evaluar y controlar la gestión de las entidades y organismos públicos, con el fin de generar resultados que atiendan los planes de desarrollo y resuelvan las necesidades y problemas de los ciudadanos, con integridad y calidad en el servicio.

Figura 1-7 Sistema Integrado de Gestión Institucional SIGI

Figura tomada de

<https://mincultura.gov.co/ministerio/oficinas-y-grupos/oficina%20asesora%20de%20planeacion/Sistema%20de%20gestion%20de%20la%20calidad/Paginas/default.aspx>

1.4.4 Información de museos

Como es bien sabido, contar con información actualizada de un tema específico, facilita la realización de investigaciones, contribuye a la generación de conocimiento y favorece a la toma de decisiones en diversos frentes. Para el sector de los museos esto es un tema fundamental, dado que brinda insumos para la caracterización de estos espacios, ofrece datos sobre sus tipologías y categorías y aporta entre otras cosas, a la construcción de indicadores del sector.

En la Tabla 1-2, se presentan datos de museos de Colombia, de Estados Unidos y de España y de otras entidades acreditadas para otorgar la certificación bajo la norma ISO 9001, para establecer un comparativo en la información que se puede obtener de estos y

para definir acciones de mejora que podrían ser implementadas en el Sistema de Información de Museos Colombianos.

Tabla 1-2 Sistemas de información de museos y ONAC

Sistema o fuente de información	País	No. de entidades	No. de entidades acreditadas o certificadas	Observaciones
SIMCO	Colombia	397 entidades museales	No indica	Datos obtenidos de http://simco.museoscolombianos.gov.co/Home/Buscar No indica fecha de actualización
SIMCO	Colombia	455 entidades museales	No indica	Datos obtenidos de la página Museos Colombianos Programa de Fortalecimiento de Museos. Museos registrados en SIMCO http://www.museoscolombianos.gov.co/fortalecimiento/sistema-de-informacion-de-museos-colombianos/museos_registrados_simco/Paginas/default.aspx Fecha de la última actualización: 8 de agosto de 2013
Informe de gestión del Ministerio de Cultura al Congreso de la República 2018	Colombia	768 entidades museales identificadas de las cuales el 442 se encuentran registradas en SIMCO	No indica	Datos obtenidos de: https://mincultura.gov.co/ministerio/oficinas-y-grupos/oficina%20asesora%20de%20planeacion/Paginas/Informe-al-Congreso-de-la-Rep%C3%BAblica.aspx Año del informe: 2018
ONAC	Colombia		19 Organismos acreditados	Datos obtenidos de: https://onac.org.co/directorio-de-acreditacion-buscador

Sistema o fuente de información	País	No. de entidades	No. de entidades acreditadas o certificadas	Observaciones
			que certifican a entidades en la norma ISO 9001	No indica fecha de corte de información
AAM	EEUU		1084 acreditadas , una de ellas, el Museo de Arte Contemporáneo (MAC) en Colombia	Datos obtenidos de: http://ww2.aam-us.org/resources/assessment-programs/accreditation/accredited-museums?_ga=2.174879266.1830003285.1620968996-1805721196.1619913400 No indica fecha de actualización de la información
Instituto de Servicios de Museos y Bibliotecas (IMLS)	EEUU	30.179 Museos		Datos obtenidos de: https://www.ims.gov/research-evaluation/data-collection/museum-data-files Año de información: 2018
Instituto para la Calidad Turística Española	España		12 Establecimientos Certificados con Calidad Turística	Datos obtenidos de: https://www.calidadturistica.es/Index.aspx?IdPage=EntidadesCertificadas No indica fecha de actualización de la información

Sistema o fuente de información	País	No. de entidades	No. de entidades acreditadas o certificadas	Observaciones
Directorio de museos y colecciones de España	España	1101 Museos		Datos obtenidos de: http://directoriomuseos.mcu.es/dirmuseos/mostrarBusquedaSencilla.do No indica fecha de actualización de la información

Respecto a la información consultada, es importante mencionar que en el sistema SIMCO⁵² no se obtienen datos sobre temas de certificación ni acreditación de museos. Valdría la pena incluir estos campos dado que, en el ejercicio realizado, se identificó que Colombia cuenta con una entidad museal acreditada ante la Alianza Americana de Museos y un museo certificado bajo la norma de calidad ISO 9001; es posible que existan otras y que no sean visibles en internet.

Al ver los tres primeros campos de la Tabla 1-2, se puede evidenciar las discrepancias presentadas en el número de entidades museales de Colombia. En una se señalan 397, mientras que en las otras dos, indica que hay 455⁵³ y 442 Instituciones museales en Colombia registradas en SIMCO⁵⁴.

⁵² Encuesta de registro y clasificación de entidades museales del año 2016. Sistema de Información de Museos Colombianos.

⁵³ Dato obtenido de la consulta realizada el 5 de mayo de 2021 en la página web: http://www.museoscolombianos.gov.co/fortalecimiento/sistema-de-informacion-de-museos-colombianos/museos_registrados_simco/Paginas/default.aspx

⁵⁴ El Sistema de Información de Museos Colombianos – SIMCO es la herramienta virtual implementada por el Programa de Fortalecimiento de Museos para la gestión de la información de los museos colombianos, la cual ha permitido consolidar datos, indicadores, niveles organizativos, e inventario de colecciones, entre otros elementos en beneficio del sector.

Se incluye en este apartado, la plataforma de información del Organismo Nacional de Acreditación⁵⁵, que se puede tomar como ejemplo para la mejora del Sistema SIMCO. En este hay la posibilidad de hacer búsquedas a través de una serie de filtros, dentro de los que se encuentra, esquemas de acreditación y tipo de sistema de gestión; en este caso se buscó certificación en la norma ISO 9001. Adicional a esto, el sistema muestra detalles de la entidad y permite subir un archivo en pdf con el documento que certifica el reconocimiento. SIMCO debería permitir visualizar más información de los museos, lo que sería muy útil para investigadores, profesionales del área de los museos, medios de comunicación, y para los encargados de formular, planear y evaluar políticas, planes y proyectos.

Respecto a los sistemas de información de Estados Unidos y España, vale la pena destacar que muestran datos valiosos, no obstante, al igual que otros sistemas de información, las bases de datos de los museos y las de los sistemas de gestión de calidad no están interconectadas, o por lo menos no es posible visualizar las conexiones. Este caso no solo se presenta en el sector museos. Hay que mencionar que las plataformas de instituciones especialmente del sector público y las de servicios culturales no están suficientemente conectadas.

Adicional a esto, en la mayoría de los casos no se puede verificar qué tan actualizada está la información. En el informe de Gestión 2017-2018 del Ministerio de Cultura presentado al Congreso de la República se indica:

En los periodos presidenciales de Juan Manuel Santos (2010-2018), el Museo Nacional de Colombia logró identificar 768 entidades museales, de las cuales el 442 se encuentran registradas en SIMCO.

Esto indicaría que el 58% de las entidades museales probablemente no se ha apropiado de las nuevas tecnologías para gestionar la información. La insuficiencia y desactualización de los datos de los museos hace difícil la tarea de generar políticas e indicadores armonizados a nivel global, nacional e institucional, comprometiendo así mismo la toma de decisiones y las actividades asociados a la mejora y seguimiento, y obstaculizando la conformación de

⁵⁵ Directorio Oficial de Organismos de Evaluación de la Conformidad – OEC acreditados por ONAC. Única fuente oficial de información de las acreditaciones en Colombia dentro del marco del Subsistema Nacional de la Calidad.

estructuras colaborativas de redes y sistemas, factor clave para agilizar la transferencia de conocimiento con miras en llevar a la práctica los sistemas de gestión de calidad. Sobre este punto es importante resaltar que en la Resolución número 1976 de 2013 del Ministerio de Cultura se establece el procedimiento de registro y clasificación de entidades museales del país. En el segundo Capítulo de dicho documento se establecen los tres niveles de desempeño de las entidades museales. Esto permitiría establecer o identificar en cierto grado el potencial o el grado de madurez que tiene un museo para poner en práctica un sistema de gestión de calidad.

1.5 Referencias

- Acuña, C., Amaya, M., Flores, R. y Molano, C. (2013). Propuesta Conceptual Premio Nacional de Museos ICOM Colombia (PNM).
- American Alliance of Museums. (s.f.). *Accreditation & Excellence Programs*. Recuperado el 30 de abril de 2021 de <https://www.aam-us.org/programs/accreditation-excellence-programs/>
- American Alliance of Museums. (s.f.). *Accreditation*. Recuperado el 30 de abril de 2021. <https://www.aam-us.org/programs/accreditation-excellence-programs/accreditation/>
- Arts Council England. (s.f.). *About Accreditation*. Recuperado el 13 de mayo de 2021 de <https://www.artscouncil.org.uk/accreditation-scheme/about-accreditation#section-2>
- Biblioteca Universidad de Alcalá. (s.f.). *Normas técnicas*. Recuperado el 13 de mayo de 2021 de http://www3.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/normas_tcnicas.html
- Ciudades y Gobiernos Locales Unidos. (2018). *La Cultura en los Objetivos de Desarrollo Sostenible: Guía práctica para la acción local*. https://www.uclg.org/sites/default/files/cultura_ods.pdf
- Congreso de la República de Colombia (7 de agosto de 1197). Ley 397. *Por la cual se desarrollan los Artículos 70, 71 y 72 y demás artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias*. D.O. No. 46341.
- Consejo Nacional de Acreditación. (18 de diciembre de 2020). *Fases del proceso de Acreditación en Alta Calidad*. <https://www.cna.gov.co/portal/Modelo-de->

[Acreditacion/Proceso-de-Acreditacion-en-Alta-Calidad/402695:Fases-del-proceso-de-Acreditacion-en-Alta-Calidad](#)

Consejo Nacional de Acreditación. (2021). *Lineamientos y aspectos por evaluar para la acreditación en alta calidad de las instituciones de educación superior*.

Recuperado de https://www.cna.gov.co/1779/articles-404750_norma.pdf

Consejo Internacional de Museos. (s.f.) *Definición de museo*. Recuperado el 13 de mayo de 2021 de <https://icom.museum/es/recursos/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>

Consejo Internacional de Museos. (2017). *Código de deontología del ICOM para los museos*. <https://icom.museum/wp-content/uploads/2018/07/ICOM-codigo-Es-web-1.pdf>

Consejo Internacional de Museos. (2019). *El ICOM anuncia la definición alternativa del museo que se someterá a votación*. <https://icom.museum/es/news/el-icom-anuncia-la-definicion-alternativa-del-museo-que-se-sometera-a-votacion/>

Consejo Internacional de Museos y Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2007). *Como administrar un museo: Manual Práctico*. Editorial UNESCO.

<http://www.museoscolombianos.gov.co/materiales/Paginas/administracion-y-gestion-de-museos.aspx>

Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación. (2015). *Guía para la formulación de proyectos para Centros de Ciencia en Colombia*.

https://minciencias.gov.co/sites/default/files/ckeditor_files/guia_formulacion_proyectos.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Ministerio del Trabajo. Servicio Nacional de Aprendizaje. (2018). *Clasificación única de ocupaciones para Colombia*.

<https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/61040102/20201223+Clasificacion+CUOC.pdf/48d6bd59-20fc-4f68-d829-c74ce2e90f80?t=1609861773720>

Direção-Geral do Património Cultural, (s.f.). *Credenciação de Museus*. Recuperado el 11 de julio de 2017 de <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/museus-e-monumentos/rede-portuguesa/credenciacao-de-museus/>

García, L, Matiz, P y Suárez, S. (2012). Diagnóstico preliminar de las condiciones generales de los museos de la Universidad Nacional de Colombia. Universidad Nacional de Colombia - Dirección de Museos y Patrimonio Cultural.

Hopkins Van Mil: Creating Connections. *The Development of Accreditation – Gauging the museum sector’s response*. (2009). Museums, Libraries and Archives Council.

Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. Dirección de Acreditación en Salud. (s.f.). *¿Qué es la Acreditación en Salud?* Recuperado el 1 de mayo de 2021 de <https://acreditacionensalud.org.co/que-es-la-acreditacion-en-salud/>

Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. (2004). *Norma Técnica Sectorial* (NTS GT008). *Guías de turismo norma de competencia laboral*.
<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/calidad-turistica/normas-tecnicas-sectoriales/nts-quias-de-turismo-1/norma-tecnica-sectorial-nts-%E2%80%93-gt-008/norma-tecnica-sectorial-nts-%E2%80%93-gt-008.pdf.aspx>

Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. *Norma Técnica Colombiana* (NTC 5854). *Accesibilidad a páginas web*.
<https://www.mincit.gov.co/ministerio/ministerio-en-breve/docs/5854-1.aspx>

International Organization for Standardization. (2017). *Evaluación de la conformidad — Requisitos para los organismos de acreditación que realizan la acreditación de organismos de evaluación de la conformidad* (ISO/IEC 17011).
<https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso-iec:17011:ed-2:v1:es>

International Organization for Standardization. *Standards*. (s.f.). Recuperado el 1 de mayo de 2021 de <https://www.iso.org/standards.html>

International Organization for Standardization. (s.f.). *Quality management systems — Requirements. ISO 9001:2015*. Recuperado el 1 de mayo de 2021 de <https://www.iso.org/standard/62085.html>

ISOTools Excellence. (s.f.) *Modelos de Acreditación*. Recuperado el 1 de mayo de 2021 de <https://www.isotools.org/soluciones/evaluacion-y-resultados/modelos-de-acreditacion/>

Lei No. 47 de 2004. Diário da República — I Série-A. Assembleia da República Portugal (19 de agosto de 2004). *Aprova a Lei Quadro dos Museus Portugueses*.
http://www.patrimoniocultural.gov.pt/static/data/museus_e_monumentos/credenciacao_de_museus/lei_dos_museus.pdf

Lopez, W. (2015). Hacia la autonomía disciplinaria y profesional de la museología en Colombia. Publicaciones Digitales ENCRyM. Recuperado de <https://revistas.inah.gob.mx/index.php/digitales/article/view/6063>

Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación. (s.f.). *Centros de Ciencia*. Recuperado el 12 de julio de 2021 de https://minciencias.gov.co/portafolio/reconocimiento_de_actores/centros-ciencia

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2020). Resolución 576 de 2020 “*Por medio de la cual se crea el sello de calidad "Check ín Certificado" y se establecen las condiciones para obtener su uso*”
http://bioseguridad.mincit.gov.co/Res_576_de_2020.pdf

Ministerio de Cultura. (2010). Compendio de Políticas Culturales. *Política de Museos*.
https://mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/compendio-politicas-culturales/Documents/compendiopolicas_artefinalbaja.pdf

Ministerio de Cultura. (s.f.). *Sistema Integrado de Gestión Institucional*. Recuperado el 15 de mayo de 2021 de <https://mincultura.gov.co/ministerio/oficinas-y-grupos/oficina%20asesora%20de%20planeacion/Sistema%20de%20gestion%20de%20la%20calidad/Paginas/default.aspx>

Ministerio de Educación. *Consulta de Instituciones*. Sistema Nacional de Información para la Educación Superior en Colombia. Recuperado el 5 de julio 2021 de <https://hecaa.mineducacion.gov.co/consultaspublicas/ies>

- Ministerio de Educación. (2017). *Marco Nacional de Cualificaciones. Colombia*.
https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-362828_recurso.pdf
- Ministerio de Salud y Protección Social. Instituto Colombiano de Normas Técnicas. (2018).
Pasos del Proceso y Ciclo de Acreditación.
<https://acreditacionensalud.org.co/pasos-del-proceso-y-ciclo-de-acreditacion/>
- Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá. (25 de octubre de 2013). *Misión y Visión*.
<http://www.mac.org.co/mac/mision-y-vision>.
- Museo Casa de la Memoria (s.f.). *Sobre el Museo*. Recuperado el 6 de mayo de 2021 de
<https://www.museocasadelamemoria.gov.co/elmuseo/acerca-de-nosotros/>
- Museo Casa de la Memoria (s.f.). *Certificados en Calidad*. Recuperado el 6 de mayo de
2021 de <https://www.museocasadelamemoria.gov.co/elmuseo/acerca-de-nosotros/>
- Organismo de normalización español. (20 de septiembre de 2018). *Museos. Requisitos para la prestación del servicio de visitas*. (Norma UNE 302002:2018).
<https://www.une.org/la-asociacion/sala-de-informacion-une/noticias/norma-une-302002>
- Organismo Nacional de Acreditación. (s.f.) *Servicios de Acreditación*. Recuperado el 1 de mayo de 2021 de <https://onac.org.co/portafolio-de-servicios-de-acreditacion>.
- Organismo Nacional de Acreditación. (s.f.). *Acredítate con ONAC*. Recuperado el 5 de julio 2021 de <https://onac.org.co/acreditate-con-onac/>
- Ortiz, G. (5 de marzo de 2017). *Acreditación del MAC / Entrevista a Gustavo Ortiz por William Alfonso López*. UNRadio | Museos en Contexto.
<http://radio.unal.edu.co/detalle/acreditacion-del-mac-entrevista-a-gustavo-ortiz>
- Ortiz, G. (24 de mayo de 2018). *Alianza Americana de Museos, Beneficios y Experiencias en el Proceso de Acreditación*. 4º Foro de Museos MUSA, Prácticas en Evolución.
https://www.youtube.com/watch?v=t7Cd6pPnfUo&list=PLKgZEXLmMQiDA57QIsJnPbkT4_z_oRn5G&index=5
- Programa de Fortalecimiento de Museos (2016). *Encuesta de Registro y Clasificación de Entidades Museales Año 2016*.

- Ramos, L. (23 de enero de 2019). *¿Para qué sirve la acreditación?* Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=MEVzsV9YQJg>
- Rouse, T. (2011) Clase Abierta con Terrie Rouse: Acreditación y profesionalidad en el ámbito de los museos, hacia la institucionalización de las buenas prácticas. Recuperado de <https://www.facebook.com/events/claustro-de-san-agust%C3%ADn-uncarrera-8-7-21bogot%C3%A1-distrito-especialcolombia/clase-abierta-con-terrie-rouse/801723269909468/>
- Simmons, J. (2016). *Plan estratégico de la A.A.M: entrevista a John Simmons por William Alfonso López*. UNRadio | Museos en Contexto. <http://radio.unal.edu.co/detalle/plan-estrategico-de-la-aam-entrevista-a-john-simmons>
- World Wide Web Consortium (W3C). (s.f.). *About W3*. Consulta 7 de mayo de 2021. <https://www.w3.org/Consortium/>

2 Trabajo Colaborativo

Memoria

Propuesta de renovación museográfica

Casa Museo Hacienda “El Paraíso”

Introducción

Esta memoria tiene como finalidad describir la labor realizada en la producción de la propuesta de renovación museográfica para la Casa Museo Hacienda “El Paraíso”, presentada al Instituto para la Investigación y Preservación del Patrimonio Cultural y Natural del Valle del Cauca – INCIVA. El proyecto propuesto en el año 2011 dentro del esquema de Trabajo Colaborativo y que contó con mi participación y la de Sonia Peñarete Vega y Viviana Henao González estudiantes de la Maestría de Museología y Gestión del Patrimonio, se llevó a cabo para contribuir al conocimiento de la Hacienda como patrimonio cultural, rescatando y potencializando su valor simbólico.

La propuesta de renovación museográfica de la Hacienda “El Paraíso”, busca mejorar la calidad del montaje actual en el que se recrea la escena doméstica del siglo XIX y se evoca el romanticismo de la novela *María* de Jorge Isaacs. En este ejercicio, la Casa Museo, escenario en el que se desarrolla la historia en un orden narrativo, se configura como un elemento protagónico con vida que ayuda a resaltar e integrar las cualidades, pasiones y sueños de los personajes.

Al ser declarada como Bien de Interés Cultural del patrimonio nacional, la Hacienda “El Paraíso”, espacio rural campesino premoderno de finales del siglo XIX, representa un fragmento de la herencia de la nación y por ello se tiene que preservar, defender, vigilar y, sobre todo, se debe promover la difusión de su valor histórico y cultural. En este sentido, es de vital importancia brindar a los visitantes un espacio que promueva el aprendizaje y la valoración del patrimonio cultural procurando una experiencia estética y de disfrute a través de la apuesta museográfica que se adapte a las necesidades y expectativas de los diversos tipos de visitantes y conservando los componentes curatoriales que anteceden el proyecto.

El documento esté estructurado en diferentes partes. En el primer apartado se hace un acercamiento a las casas museo, en la segunda parte se hace una descripción general de

la propuesta de renovación museográfica, en la tercera parte se mencionan las actividades que se realizaron para dar cumplimiento a los objetivos del proyecto y, por último, se presentan una serie de reflexiones en torno a la experiencia vivida al desarrollar la propuesta.

2.1 Información de la Hacienda “El Paraíso”

2.1.1 Ficha técnica

Nombre de la institución: Hacienda “El Paraíso”

Entidad a la que pertenece la Casa Museo: Instituto para la Investigación y la Preservación del Patrimonio Cultural y Natural del Valle del Cauca – INCIVA, institución gubernamental del orden departamental.

Localización geográfica: ubicada en el corregimiento de Santa Elena, en el departamento del Valle del Cauca, a 36 km al norte de Cali y a 20,2 km de Palmira. Ver Figura 2-1.

Teléfono: (+57 2) 514 6848 Ext. 106

Sitio web: <https://www.inciva.gov.co/patrimonio-turistico/Hacienda-el-paraiso->

Fecha de fundación: Desde el 1 de enero de 2001 la Hacienda “El Paraíso” hace parte del Instituto para la Investigación y la Preservación del Patrimonio Cultural y Natural del Valle del Cauca – INCIVA. (INCIVA, s.f.)

Horario: lunes a domingo y festivos de 9:30 a.m. a 4:30 p.m.

Tipo de institución: Casa museo.

Tema de la exposición: Recreación de la obra literaria *María*, novela de carácter romántico y costumbrista publicada en 1867. Autor Jorge Isaacs.

Tipo de exposición: Por sus características su enfoque y por exhibir por tiempo indefinido su colección, la exposición que se maneja en la Casa Museo, se clasifica como *permanente*, y de carácter *histórico-literario*.

Figura 2-1 Ubicación de la Hacienda “El Paraíso” (2021) Google Maps



2.1.2 Reseña histórica del museo

La Hacienda “El Paraíso” fue construida en el siglo XVII por Víctor Cabal, ganadero de Buga y ex alcalde de la ciudad de Santiago de Cali. En 1854 fue vendida a George Henry Isaacs, padre del novelista, el cual la tuvo a su cargo hasta el año de 1858. El 18 de abril de 1953 fue adquirida por el departamento del Valle del Cauca y el 30 de diciembre de 1959 fue declarada bien de interés cultural del ámbito nacional, como monumento nacional. A partir del 1 de enero del año 2001 La Hacienda “El Paraíso” fue entregada al Instituto para la Investigación y Preservación del Patrimonio Cultural y Natural del Valle del Cauca - INCIVA, para su protección y salvaguardia.

2.1.3 Salas de la Hacienda “El Paraíso”

La exhibición de la Casa Museo Hacienda “El Paraíso” se encuentra distribuida en 13 salas de exposición permanente, que evocan actividades particulares de la época de la novela como se describe a continuación:

- Sala 1 Aposento de Efraín, Sala 4 Aposento del padre de Efraín, Sala 5 Aposento de Emma, Sala 7 Aposento de la madre de Efraín, Sala 8 Aposento de María: Habitaciones con elementos personales que evocan las aficiones y la cotidianidad en el hogar de cada integrante de la familia.
- Sala 2 Estudio de Efraín: Estudio privado de Efraín en el que se dictaban clases a María y a otros integrantes de la familia.
- Sala 3 Salón Principal: Lugar de reunión familiar y social.
- Sala 6 Oratorio: Recinto de la fe religiosa de carácter católico.
- Sala 9 Costurero: Lugar de reunión asociado a las labores de costura y bordado.
- Sala 10 Comedor: Lugar de reunión familiar para el consumo de alimentos.
- Sala 11 Despensa: Espacio de almacenamiento de alimentos.
- Sala 12 Estudio del padre de Efraín: Recinto de administración, negocios y reuniones privadas del padre de Efraín.
- Sala 13 Cocina: Espacio de preparación de alimentos típicos de la región

2.2 Proyecto: Propuesta de renovación museográfica Hacienda “El Paraíso”

La propuesta de renovación museográfica fue realizada en el marco del componente Trabajo Colaborativo del Trabajo Final de la Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio y se llevó a cabo durante 3 meses, entre febrero y abril del año 2011.

Esta actividad grupal se desarrolló en dos momentos, uno en las instalaciones de la Hacienda y otro en la ciudad de Bogotá. En el primero, la líder del proyecto se desplazó a la Casa Museo para realizar el levantamiento de la información y el registro fotográfico del espacio con el fin de conocer los antecedentes y el contexto del proyecto y por otra parte hizo un diagnóstico sobre la colección, las instalaciones, el mobiliario y los dispositivos museográficos. Esta primera fase proporcionó elementos para el segundo momento del proyecto que incluye la planeación, la conceptualización y el diseño de la propuesta museográfica, que fue realizado por las tres integrantes del grupo.

2.2.1 Marco conceptual

Las casas museo son entidades museales situadas en lo que originariamente eran casas y en los cuales el valor viene dado por la relación entre el edificio y los objetos que éste alberga. Muchas veces no se trata de un valor artístico sino de la vinculación a algún hecho, personaje histórico, época histórica o personaje literario. (López, 2015).

El valor de estos sitios se da, por las elecciones condicionadas por la interpretación de las situaciones, la materialización de emociones afectivas y sociales y la intención de transmitir y hacer accesibles los contenidos, conservando aspectos idiosincráticos.

Al museizar⁵⁶ una casa, se extrae conceptualmente de su medio natural o cultural de origen, conservando parte de su esencia, acentuando su aura, incrementando su carga emocional y potenciando su valor, transformándola en un contenedor de legados patrimoniales tangibles e intangibles, en donde se conjugan espacios y objetos para evocar en la morada, lo cotidiano, lo íntimo y lo personal de alguien haciendo pensar que sigue estando presente en ella. El patrimonio material (lo que es visible), se asocia en este caso con la identificación de técnicas y materiales en la construcción del sitio y los objetos; por su parte, el patrimonio inmaterial se inscribe en el significado y las funciones que la sociedad concede a las piezas y a la habitación.

La museización coadyuva a representar los hechos que sucedieron en el lugar, las preferencias, gustos, creencias y niveles de educación de sus habitantes, las tendencias

⁵⁶ Museizar: Convertir en atractivo y accesible a los visitantes un patrimonio cultural o natural mediante técnicas museográficas. <https://www.lexico.com/es/definicion/museizar>

artísticas y decorativas, las jerarquías sociales, el nivel de tecnología y las costumbres y tradiciones de una región en particular, convirtiendo el conjunto, recinto y elementos, en un soporte de conocimiento que documenta la realidad, pero no constituye la realidad misma.

El objeto, al extraerse de su realidad, ser rescatado del olvido y del deterioro y trasplantarse al museo, pierde su rol original para generar identidad cultural y mantener el conocimiento. Al encontrarse en un ambiente definido y relacionarse con otros objetos, complementa la interpretación de las funciones de la casa museo, así mismo, queda investido de valores afectivos que permiten entrar en la vida del personaje y proyectarlo públicamente y hace comprender la vida cotidiana en una determinada época, status social y zona geográfica.

Las casas museo tienen grandes potenciales educativos y narrativos porque crean una atmósfera particular que acerca al visitante a una dimensión pasada, de una manera más comprensible y de más fácil acceso, al desenvolverse en un espacio familiar y reflejar similitudes con la vida cotidiana. Por esto mismo, difunden el mensaje de una manera más eficiente. El receptor o el que lee, siente cierta cercanía o atracción con lo que se muestra porque puede sentirse identificado.

2.2.2 Equipo de trabajo

El equipo de trabajo que elaboró la propuesta de renovación museográfica de la Casa Museo Hacienda “El Paraíso” se realizó mediante el diálogo de un equipo profesional interdisciplinario conformado por tres estudiantes de la Maestría de Museología y Gestión del Patrimonio UNAL:

- Sonia Andrea Peñarete Vega / Antropóloga de la Universidad de los Andes. Líder del proyecto.
- Viviana Henao González / Diseñadora Industrial de la Universidad Nacional de Colombia.
- Angela Gómez Poter / Diseñadora Gráfica de la Universidad Nacional de Colombia.

2.2.3 Objetivos propuestos para desarrollar el proyecto

- **General**

Elaborar una propuesta de renovación museográfica para la Casa Museo Hacienda “El Paraíso”, con el propósito de contribuir a su conocimiento como patrimonio cultural, rescatando y potencializando su valor simbólico e histórico.

- **Específicos**

En el marco del proyecto se propusieron los siguientes objetivos específicos junto con sus actividades correspondientes:

Objetivo específico 1. Realizar la investigación general en torno a la novela *María* para identificar los aspectos esenciales que conformarán el guion curatorial.

En este objetivo se propusieron como actividades: indagar sobre la novela *María*, su autor Jorge Isaacs, la Hacienda “El Paraíso” y el contexto histórico y social en el que se desenvuelve la obra; analizar la información y seleccionar la temática de cada sala, y conceptualizar y diseñar el guion curatorial.

Objetivo específico 2. Evaluar y valorar la colección existente en la Casa Museo y de ser necesario, adquirir nuevos elementos con el fin de contribuir a la contextualización de la exposición.

Las actividades contempladas en este objetivo son: revisar el inventario de cada sala para identificar el estado de conservación de las piezas y acciones de restauración, elaborar el listado de objetos faltantes para la ambientación y finalmente efectuar la investigación, búsqueda, selección, compra y documentación de las piezas.

Objetivo específico 3. Renovar curatorialmente la narrativa que presenta al público la Casa Museo Hacienda “El Paraíso” por medio de la propuesta de transformación museográfica.

Las actividades que se plantearon para dar cumplimiento al objetivo incluyen el diseño de la propuesta del guion museográfico a partir del guion curatorial, que incluye la modificación de las 13 salas actuales de la Casa Museo y la creación de 3 nuevas salas: «Jorge Isaacs»,

«Adaptaciones de la novela *María*» y «Sala de la servidumbre»; modelación en 3D de las salas nuevas y existentes para visualizar la estética, la ambientación y la disposición de los elementos en cada espacio; diseño de soportes gráficos y diagramación de textos de apoyo y la implementación del guion museográfico a través de la ejecución de las adecuaciones requeridas en cada espacio y del montaje de la exposición.

Objetivo específico 4. Ofrecer al público en situación de discapacidad motriz o visual, mejores condiciones de accesibilidad al espacio museal de la Hacienda “El Paraíso”.

Para alcanzar este objetivo se propusieron como acciones, la realización de un estudio sobre la circulación y el acceso a las instalaciones de la Hacienda; la elaboración de una propuesta para mejorar las condiciones de acceso para personas en situación de discapacidad motriz, que incluya entre otras el diseño y producción de rampas de acceso y la inclusión de la información necesaria en sistema braille en piezas gráficas y en elementos de señalización, para facilitar la accesibilidad de personas en situación de discapacidad visual.

Objetivo específico 5. Elaborar un programa de identidad visual para la Hacienda para distinguirse de otros museos dentro del sector y lograr un reconocimiento dentro de su audiencia.

Para responder a este objetivo se propuso: realizar la conceptualización y el rediseño de la marca de la Casa Museo; generar los elementos de identidad gráfica; llevar a cabo el estudio y el diseño del manual de identidad e implementar la identidad de marca en diferentes soportes de identificación y comunicación visual.

Objetivo específico 6. Generar e implementar un sistema de señalización para informar y orientar al visitante, para agilizar el acceso a servicios y para facilitar y dar seguridad en los desplazamientos y las acciones que se realicen en los espacios del museo.

En este objetivo se propuso, analizar el espacio museal para identificar los lugares internos y externos donde deben colocarse las señales orientadoras, informativas, identificativas, normativas, direccionales y reguladoras; elaborar el manual de señalización de la Casa Museo, con el diseño de la señalética y sus dispositivos de soporte de acuerdo a las necesidades requeridas; implementar el sistema de señalización.

2.3 Actividades realizadas en el marco del Trabajo Colaborativo

La Hacienda que Efraín convierte en su edén, en su paraíso, es un lugar idílico que eterniza los recuerdos, simboliza el hogar, la protección, la nostalgia, el amor, el dolor y el desconsuelo. Es un espacio que representa a la vida y la muerte de María. Es un lugar de peregrinación, casi de culto para muchos turistas, en el que la imaginación y la memoria colectiva se fusionan para materializar la leyenda de la región, en la que Efraín y Jorge Isaacs son la misma persona y en la que el lugar se establece como la habitación real de los personajes.

La Casa Museo no solo es importante por ser el telón de la novela y por facilitar la recreación literaria del amor idílico entre Efraín y María, sino por convertirse en un documento histórico, que describe los espacios domésticos típicos del siglo XIX, su distribución y uso por edad, raza y clase social, y por mostrar la relación de hombre y mujer en la vida pública y la privada.

Considerando que la Casa Museo se presenta como un espacio poco dinámico, que no ofrece a sus visitantes las condiciones estéticas de un museo del siglo XXI, la propuesta de renovación museográfica de la Casa Museo Hacienda “El Paraíso” busca mejorar el acercamiento contextualizado a la obra literaria *María*, su autor y los elementos de la vida cotidiana propios de la época en la cual se desarrolla la historia, a través de la producción y montaje de la ambientación, utilería y dispositivos museográficos. Así mismo y debido a que su colección es escasa, constituida por algunas piezas en un estado de conservación regular, se propone la adquisición de objetos de la época, posibilitando la reactivación del museo frente a sus funciones vitales y como estrategias para atraer a antiguos y nuevos visitantes.

Por otra parte, en el proyecto se propone la implementación de dispositivos de accesibilidad para públicos en situación de discapacidad sensorial visual⁵⁷ y motriz⁵⁸, para así generar un espacio democratizador del patrimonio cultural.

Para abordar el proyecto, se establecieron varias fases: la primera relacionada con la recopilación de la información y el establecimiento de símiles entre la obra, el autor y la Hacienda, esto con el fin de contar con elementos que posibilitaran la revisión de la puesta en escena, la contextualización y la mejora del discurso museográfico. Posteriormente, se hizo un inventario general de cada una de las 13 salas que componen la exposición, para determinar los objetos que debían ser conservados, cambiados o adquiridos. Con estos elementos se estructuró el guion museográfico y con este, las apuestas visuales de modificación y de creación de salas. Paralelamente, se hizo una propuesta preliminar de identidad visual del museo para unificar los componentes gráficos y de señalización de la Casa Museo. Finalmente, se evaluó el espacio en cuanto a la accesibilidad al público en situación de discapacidad visual y física, para plantear intervenciones y generar ayudas que coadyuvaran a disminuir este tipo de limitaciones en los visitantes.

La mayoría de las actividades desarrolladas por el grupo, en el marco del Trabajo Colaborativo, se llevaron a cabo en conjunto, otras fueron realizadas individualmente. A continuación, se presenta la descripción de las acciones en las cuales estuve directamente involucrada.

⁵⁷ Se refiere a aquellas personas que podrían presentar en el desarrollo de sus actividades cotidianas, diferentes grados de dificultad en la ejecución de actividades de cuidado personal, del hogar o del trabajo, entre otras. Se pueden encontrar personas ciegas o que aun a pesar de usar su mejor corrección en gafas o lentes de contacto, o haberle practicado una cirugía, tienen dificultades para distinguir formas, colores, rostros, objetos en la calle, ver en la noche, ver de lejos o de cerca, independiente que sea por uno o ambos ojos (Ministerio de la Protección Social & ACNUR, 2011).

⁵⁸ Se refiere a aquellas personas que podrían presentar en el desarrollo de sus actividades cotidianas, diferentes grados de dificultad para andar, desplazarse, cambiar o mantener posiciones del cuerpo, llevar, manipular o transportar objetos y realizar actividades de cuidado personal, o del hogar, entre otras. Para aumentar su grado de independencia podrían requerir de la ayuda de otras personas, prótesis, órtesis o ayudas técnicas como sillas de ruedas, bastones, caminadores o muletas, entre otras (Ministerio de la Protección Social & ACNUR, 2011).

2.3.1 Objetivo específico 1. Realizar la investigación general en torno a la novela *María* para identificar los aspectos esenciales que conformarán el guion curatorial.

Para contar con elementos que permitieran, a través del análisis, reconocer temas, conceptos e ideas, para facilitar el establecimiento de relaciones entre objetos, personajes y espacios, se desarrollaron una serie de actividades entre las cuales se destacan:

- Observación y estudio de la película mexicana *María* del director Tito Davison, realizada en 1972.
<https://www.youtube.com/watch?v=jKW0u9dECbl;>
- Análisis de la biografía del autor de la obra, Jorge Ricardo Isaacs Ferrer. Novelista, escritor y poeta colombiano del género romántico.
- Indagación sobre aspectos que enriquecieran el contexto histórico y social de la exposición, como por ejemplo la esclavitud en Colombia, uno de los temas secundarios tratados en la novela.
- A partir de los insumos obtenidos en la ejecución de las anteriores acciones, se realizaron aportes a la construcción del guion curatorial, que estuvo a cargo de otra integrante del grupo.

2.3.2 Objetivo específico 2. Evaluar y valorar la colección existente en la Casa Museo con el fin de contribuir a su incremento contextualizado.

Teniendo en cuenta el registro fotográfico de los espacios y de los objetos de la Casa Museo, realizado por la integrante del grupo que viajó a la Hacienda “El Paraíso”, se establecieron referentes como base para la comprensión y tipificación de los bienes de la colección, y así determinar las necesidades requeridas para el desarrollo del guion museográfico y la ambientación de las salas.

Al realizar el análisis, se identifica que la colección de la Casa Museo está integrada por elementos muy variados, de diferentes materiales, tipos y antigüedad. Algunos de ellos no

estaban en muy buenas condiciones y sus acciones de restauración requerían ser tenidas en cuenta porque afectaban la propuesta expositiva y su estética.

Luego de contar con la documentación y la contextualización literaria e histórica de cada sala, el equipo de trabajo propuso un esquema de inventario para determinar las acciones a seguir. A continuación, se presenta un ejemplo con los elementos de la SALA 1. Aposento de Efraín (Tabla 2-2):

Tabla 2-2 Lista de mobiliario y utilería de la sala 1. Aposento de Efraín

Mobiliario				
Disponible	Cantidad	Compra	Descripción	Cantidad
Cama en madera	1			
Mesa de noche	1			
Tocador	1			
Silla	1			
Asiento en madera	1			

Utilería / Accesorios				
Disponible	Cantidad	Compra	Descripción	Cantidad
Escopeta	1			
Piel de tigrillo	1			
Baúl	1			
Crucifijo	1			
Cofre	1			
Libros	3			
Cuadro de la dolorosa				
		candelabro con brisero		1
		almanaque	fecha cuando Efraín salió de viaje	1
		florero		1
		aljofaina		1
		palangana		1
		mica		1
		botas		1

Utilería / Accesorios				
Disponible	Cantidad	Compra	Descripción	Cantidad
			capa	1
			sombrero	1
			traje de casa	1
			saco de casa	1
			Toalla mediana	1

Con el objetivo de completar la lista de elementos requeridos para la ambientación de las salas, se visitaron varios anticuarios del sector de Chapinero de la ciudad de Bogotá (Figura 2-2). La tarea no fue fácil, porque requirió una búsqueda y selección minuciosa en cuanto a estilos y a la fecha de elaboración de las piezas; cabe recordar que la novela se refiere al idilio entre Efraín y María que transcurriría hacia el año 1850 aproximadamente. En esta actividad se realizaron varias cotizaciones para la adquisición de objetos de la época, esto contribuyó a la estructuración del presupuesto del proyecto.

Figura 2-2 Interior de «Tienda de Antigüedades - Imperio» en el sector de Chapinero



Foto de Zebrastic, obtenida del artículo “Al rescate de los anticuarios en Chapinero”, publicado el 14 de marzo de 2014 en el sitio web Civico.

2.3.3 Objetivo específico 3. Renovar curatorialmente la narrativa que presenta al público la Casa Museo Hacienda “El Paraíso” por medio de la propuesta de transformación museográfica.

Al analizar los contenidos, espacios arquitectónicos y recorridos, se propuso una reinterpretación museográfica de cada sala, conservando la estructura original de la exposición, ya que presenta solidez en cuanto a su argumentación y organización. Por otra parte, se planteó la creación de tres salas con nuevos contenidos temáticos y de aproximación, dando un valor especial en torno a la novela. En este orden de ideas, la apuesta para esta propuesta de renovación museográfica radica en proporcionar una experiencia estética, sensorial, de disfrute y descubrimiento.

A nivel general, por medio de la ambientación de los espacios y la representación de las aficiones y elementos personales de los personajes, se pretende mostrar la cotidianidad de la familia de Efraín y María en el hogar, proporcionando al visitante un viaje espacio temporal a través de la obra literaria. Las imágenes de los personajes y los elementos que les pertenecen, evocan sus cuerpos ausentes y la presencia en sus aposentos o lugares de trabajo diario.

Como recursos de apoyo, se propuso la utilización de textos en las salas, para crear una conexión entre el espacio y el observador, entre la obra literaria y lo que se observa. Al implementar audios en las salas, costurero (sonido de rueca), salón principal (música de la época), cuarto de Emma (tonada en guitarra) y oratorio (música religiosa de la época) se pretende generar una experiencia sensorial en el acercamiento al espacio.

Aunque las salas existentes en la actualidad proporcionaban una lectura a grandes rasgos del contexto socio cultural de la época en la que se desarrolla la novela, abandona aspectos de importancia dentro del contexto narrativo de la Casa Museo Hacienda “El Paraíso”, tales como el papel de la servidumbre dentro de la dinámica cotidiana y la relación de estos con los personajes principales de la obra, así como la obra y la vida misma del artífice de esta historia.

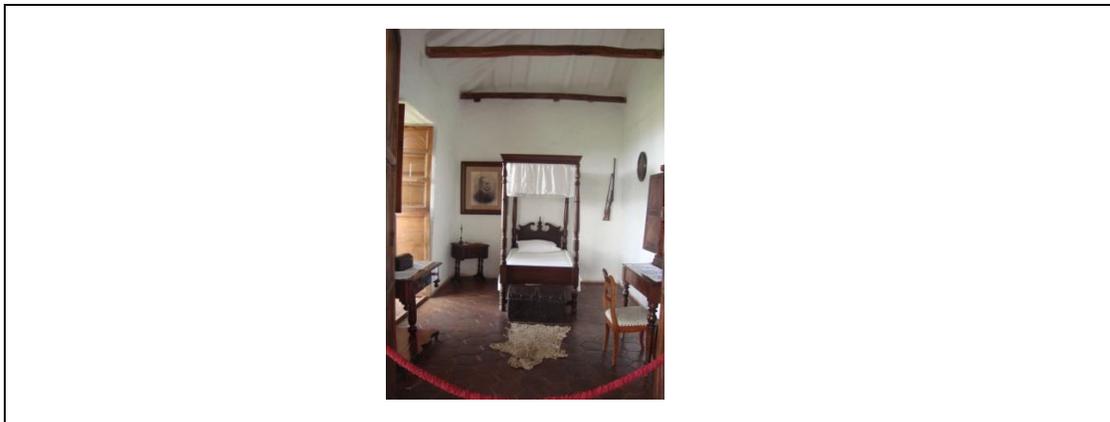
Por esta razón se disponen tres nuevos espacios conformados por objetos, imágenes, textos, y apoyos audiovisuales: el primero, la sala «Jorge Isaacs», con referentes biográficos del autor de la novela que ofrecerán una mirada por los aspectos más

importantes de la vida y obra del autor. El segundo «Sala de la servidumbre» que busca ambientar el lugar de habitación del personal de servicio de la Hacienda, proporcionar una narrativa sobre el papel de la servidumbre en la época, y brindar información sobre la esclavitud en Colombia. Por último, la Sala «Adaptaciones de la novela *María*», que dará a conocer al público aquellas representaciones audiovisuales y artísticas que se han inspirado en la novela: cine, televisión, teatro y danza clásica, que se han convertido en fuentes importantes de divulgación y conocimiento de esta obra, la cual pretende generar experiencias de identificación con los diferentes públicos que visitan el museo.

Con base en lo anterior, se planteó un guion por sala con la descripción de los materiales de exhibición y recursos museográficos requeridos. En la tabla 2-3 se muestra un ejemplo para la sala1.

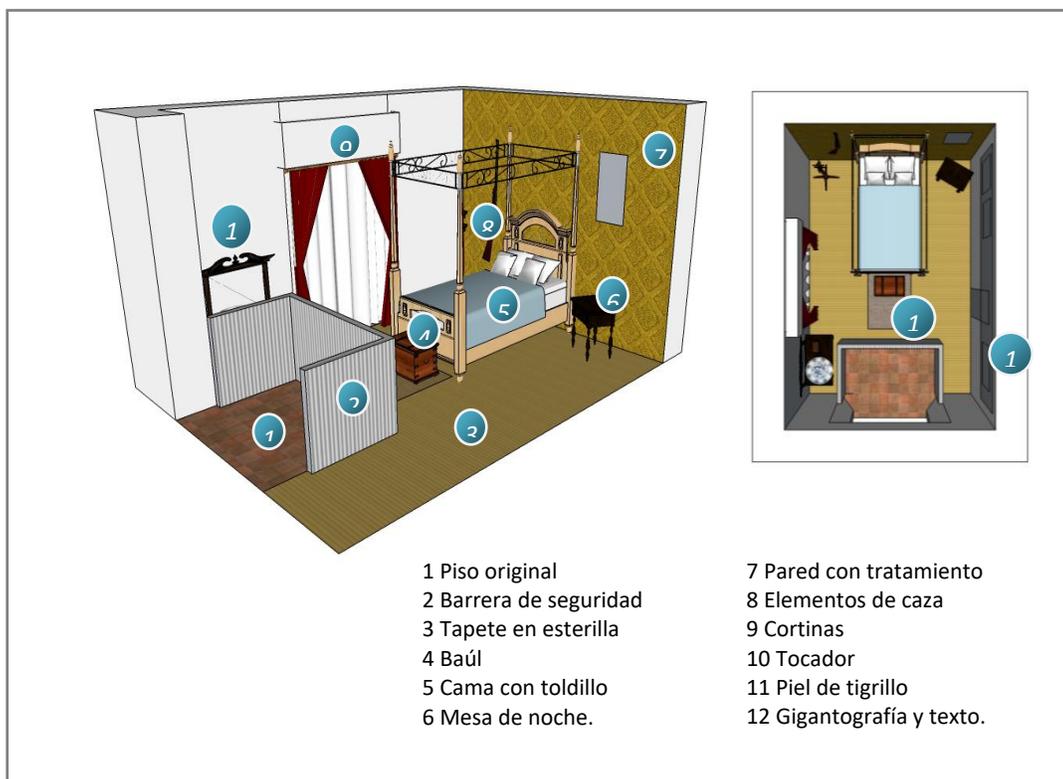
Tabla 2-3 Guion museográfico sala 1. Aposento de Efraín

Sala No.		1
Nombre de la sala		Aposento de Efraín
Contenido Temático		Aficiones y elementos personales que evocan la cotidianidad en el hogar de Efraín.
Material de exhibición	Objetos y documentos	
Recursos Museográficos	Textos	Frases relacionadas con el cuarto de Efraín
	Gráficos	Imagen de Efraín tamaño natural (Policromía en papel adhesivo)
	Iluminación	Luz natural de la sala
	Sonido	
	Audiovisual	
	Braille	Nombre de la sala / Rostro de Efraín.
	Señalización	Nombre de la Sala / Barrera (con descripción de los objetos en sala)



Posteriormente se hizo la propuesta de ambientación de cada sala, en vistas de planta y perspectiva a través de SketchUp, software de diseño de modelado en tres dimensiones. Dentro del Trabajo Colaborativo, estuvo a mi cargo el modelado de las salas 1, 2, 3, 4, 5 y 6. En la Figura 2-3 se puede apreciar un ejemplo con la representación de la Sala 1. Aposento de Efraín.

Figura 2-3 Modelado 3D de la Sala 1. Aposento de Efraín

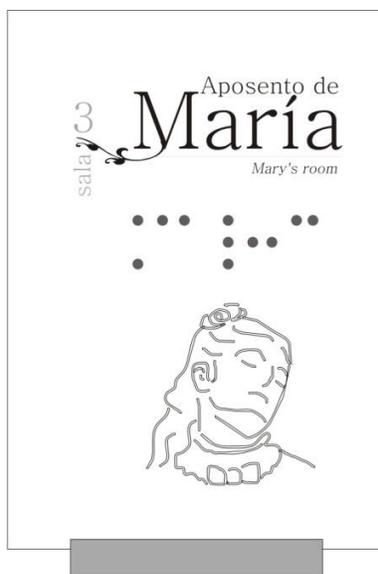


2.3.4 Objetivo específico 4. Ofrecer al público en situación de discapacidad motriz o visual mejores condiciones de accesibilidad al espacio museal de la Hacienda "El Paraíso".

Dentro de las actividades realizadas en el marco de este objetivo, se llevó a cabo un estudio preliminar, que permitió identificar debilidades en cuanto a la circulación en las instalaciones y a la accesibilidad de los contenidos expositivos de la Hacienda.

Como aporte al trabajo, realicé una propuesta de señalización con información necesaria en sistema braille y con imágenes de los personajes en alto relieve, para facilitar la accesibilidad de visitantes en situación de discapacidad visual. Se puede apreciar un ejemplo al respecto, en la Figura 2-4.

Figura 2-4 Señalización del aposento de María



4. SEÑALIZACIÓN IDENTIFICACIÓN DE SALA - SISTEMA BRAILLE

Acrílico - impresión digital 0,30 x 0,21
soporte - acero 0,21 x 0,02 x 0,02
Dibujo alto relieve - braille cant. 16

2.3.5 Objetivo específico 5. Elaborar un programa de identidad visual para la Hacienda para distinguirse de otros museos dentro del sector y lograr un reconocimiento dentro de su audiencia.

La propuesta de identidad visual se realizó a través del diseño de una marca que representara la Casa Museo y la hiciera diferente de otras instituciones similares, para lograr así que los visitantes la reconozcan y recuerden visualmente.

En este sentido, se realizó un estudio de la identidad del museo para finalmente proponer un logotipo con fuente tipográfica tipo serif *Batang*, de fácil lectura y visibilidad, acompañada de ornamentos florales en sus extremos en color negro sobre fondo blanco evocando el estilo colonial de la edificación y el romanticismo de la novela.

Figura 2-5 Identificación de la Hacienda “El Paraíso” / Entrada de la casa museo



Figura 2-6 Propuesta de identidad visual de la casa museo



2.3.6 Objetivo específico 6. Generar e implementar un sistema de señalización para informar y orientar, para agilizar el acceso a servicios y para facilitar y dar seguridad en los desplazamientos y las acciones de los visitantes.

La señalización general se diseñó teniendo en cuenta fundamentos básicos de comunicación, en armonía con la identidad visual del museo y teniendo en cuenta un análisis de los espacios internos y externos y de circulación. Las propuestas presentadas incluyen pictogramas, letreros, paneles, planos de ubicación y de evacuación, que sirven para la identificación de servicios al interior del museo, de zonas de acceso, de salas, de espacios exteriores y de elementos de seguridad (dispositivos contra incendios, etc.).

A continuación, se presentan algunas piezas de señalización utilizadas en la Casa Museo y las propuestas de rediseño, que incluyen elementos en sistema braille para visitantes con discapacidad visual.

Identificadores de salas en 2 idiomas, español e inglés y en sistema braille. Cada elemento cuenta con la descripción de los materiales y medidas para su fabricación.

Figura 2-7 Señalización de salas



Figura 2-8 Señalización de servicios

12. SEÑALIZACIÓN
ENTRADA DISCAPACITADOS

impresión digital 0,15 x 0,21
soporte - acero 0,10 x 0,02 x 0,02

En los espacios exteriores la propuesta de señalización contempló la elaboración de placas de identificación de especies vegetales, como plantas y árboles. Los soportes estuvieron a cargo de la diseñadora industrial del equipo.

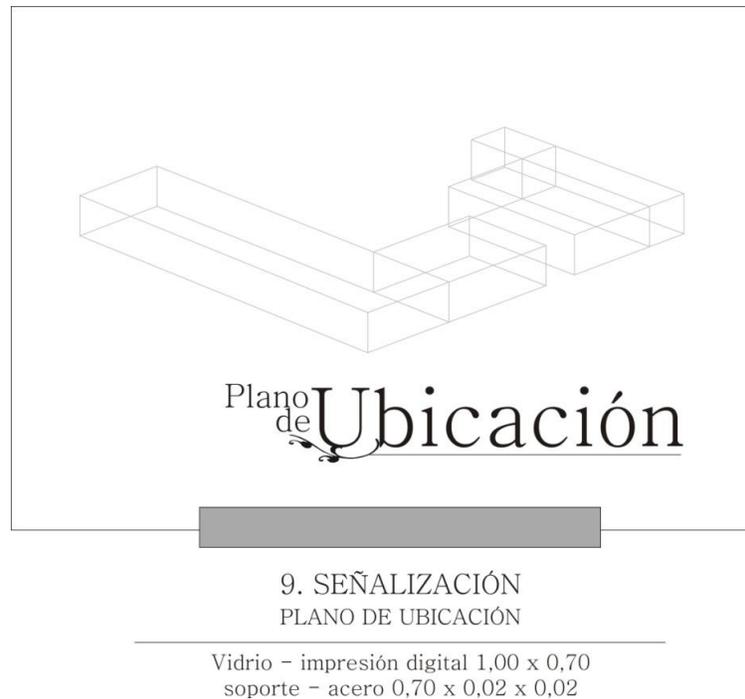
Figura 2-9 Señalización de elementos exteriores

13. SEÑALIZACIÓN
INFORMACIÓN PLANTAS Y ARBOLES

Acero - Vidrio - Impresión digital adhesivo 0,21 x 0,28
Tubo y base en acero cant. 30

Otro aporte al proyecto, fue la esquematización de planos de ubicación y de evacuación del recinto.

Figura 2-10 Señalización de planos de ubicación



2.3.7 Presupuesto del proyecto

El presupuesto fue construido a partir de la estimación de los costos requeridos, para la ejecución de las actividades planteadas en el proyecto. En este cálculo, se incluyeron rubros asociados a los honorarios del personal que conforma el equipo de trabajo y de apoyo, a la señalización de espacios, a las adecuaciones físicas, a la ambientación, mobiliario, montaje, logística, a viáticos y gastos de viaje. A mi cargo estuvo la cotización de algunos componentes: manuales de identidad y de señalización, diseño e impresión de piezas gráficas de diferentes formatos, equipos audiovisuales y algunas piezas para completar la exposición.

2.4 Reflexiones

Para desarrollar este proyecto, se conformó un equipo transdisciplinario que permitió dar una visión integral en el análisis y diseño de la propuesta. Las integrantes del equipo tuvieron un conocimiento global del proyecto y de las tareas a realizar por cada una. Así, la experiencia particular aportó notoriamente al avance de la formulación de la propuesta. En esta labor se compartieron responsabilidades, fortaleciendo el actuar colaborativo.

En este sentido, varias labores fueron asignadas a las integrantes del equipo. En la fase de planificación, en la que participó todo el grupo, se establecieron objetivos, propósitos y un cronograma de ejecución; se realizaron actividades de observación, comprensión y descripción de espacios y objetos; se definieron los recursos humanos, técnicos y financieros requeridos.

A mi cargo tuve las siguientes actividades: cotización de algunos objetos que harían parte de la ambientación de las salas; la formulación de una parte del guion museográfico; el modelado en 3D de 6 salas; la propuesta preliminar del diseño de la identidad visual y de la señalética del museo. Asimismo, a partir de la elaboración de las propuestas en las tareas asignadas, se contribuyó a la estructuración del presupuesto del proyecto.

Esta Casa Museo al ser un espacio de comunicación, disfrute y aprendizaje, cuenta con una narrativa particular y un gran potencial, que fortalece la cultura y la identidad local de los habitantes de su territorio. El discurso museológico, al integrar elementos comunicativos, presenta a sus usuarios diferentes mensajes que se desenvuelven en dos líneas, una real y otra de ficción. Por una parte, se presenta la Hacienda “El Paraíso” como el lugar donde vivió Jorge Isaacs, autor de la novela *María*, y, por otra parte, este emblemático lugar, personifica la Casa de la Sierra, habitación de los personajes de la novela.

Por lo anterior, uno de los puntos a considerar por la institución, es la labor de transmitir correctamente el mensaje que quiere difundir, de acuerdo a su compromiso con la audiencia. Es fundamental que los guías del museo y los elementos de comunicación que se empleen, informen que la Casa, su entorno (árboles, colinas y aromas), y los personajes que allí habitaron son ficción, producto de la memoria literaria del autor, de tal manera que

no se genere la sensación de “engaño” por parte de algunos turistas, como podría sugerir Barney, (2017) en su artículo *La Casa de María*⁵⁹.

En general al ver algo museizado, ese algo se toma como verdadero, sin la correcta orientación, la información transmitida en la exposición puede quedar en la memoria como un mensaje errado.

En ocasiones, al formular y desarrollar proyectos museológicos, no se consideran las diversas intensiones de la visita, ni se identifican claramente los tipos de usuarios, que son los que dan valor y sentido a la existencia del museo. En la Hacienda “El Paraíso”, se identifica que la exhibición está dirigida principalmente a habitantes del Valle del Cauca y turistas, y que muchos de ellos que han leído la obra.

En razón a que la obra permite al lector un acercamiento a la historia política, social y cultural de la Colombia del siglo XIX, y que la Casa tiene un invaluable valor patrimonial y arquitectónico, hay muchos intereses que cautivan a investigadores y estudiosos que requieren distintos tipos de discursos. Es por esto que en uno de los nuevos espacios «Sala de la servidumbre», se promueve la divulgación del legado histórico y cultural vallecaucano.

Pese a haber dedicado un importante tiempo a la fase de investigación y análisis en otros temas para alimentar el discurso narrativo, y así satisfacer en parte la demanda de necesidades de los usuarios, desde mi perspectiva esta etapa se queda corta, ya que esta labor, junto con el estudio de públicos, requiere una dedicación específica y demanda recursos determinados en cuanto a tiempo y dinero, para hacer una propuesta mucho más enriquecedora.

Al momento de analizar los objetos de la exposición y complementar la escenografía, surgieron varias reflexiones al respecto ¿qué piezas hacen parte de la colección?, ¿cómo procede su catalogación? En esta exposición, son muchos los objetos que se extraen de

⁵⁹ La concordancia de las descripciones de los espacios en la novela de Jorge Isaacs con los de la casa real de la Hacienda de El Paraíso, es bien poco importante. "La única razón de la novela es decir aquello que tan sólo la novela puede decir [...] la novela no examina la realidad sino la existencia", ha señalado Milan Kundera (El arte de la novela. Tusquets, 1987. pp. 47-53). Es el caso de la Casa de la Sierra -como es nombrada en la novela de Jorge Isaacs- llena de muebles, adornos y rosales que nunca tuvo, y de "sucesos" inventados, como llegar hasta decirles a turistas, los que seguramente muchos ni conocen la novela, que los protagonistas de María habitaron allí.

su realidad o función original y se asocian a un sitio o a un personaje para que transmitan una idea. Al museizarse, el elemento es investido de un valor especial y se le otorga un significado. Ya no es solo el florero adquirido en el anticuario, es el «*hermoso florero de porcelana azul que contenía trabajosamente en su copa azucenas y lirios, claveles y campanillas moradas del río*». Respecto a su catalogación, valdría la pena preguntar cuál es el interés de la institución, ¿cuáles son las piezas que requieren ser catalogadas? ¿son todas? ¿o las que tienen algún nivel de protagonismo en el desarrollo de la historia? ¿cuál es el alcance de las acciones de conservación y restauración?, ¿cómo es el proceso de adquisición?, ¿será muy importante el valor histórico de la pieza, o prima la intención meramente decorativa y su valor simbólico puede transmutarse con facilidad? Parte de estas preguntas se resuelven, teniendo en cuenta las condiciones administrativas y financieras de la institución. Es altamente recomendable conservar los registros de adquisición, mantenimiento, restauración y reposición de todos los objetos.

En la etapa de diseño del guion museográfico, en la que participé, se realizó una descripción de todos los componentes de la exposición organizados de una forma lógica, ordenada y argumentada, buscando fortalecer la narración, haciéndola interesante y coherente y promoviendo la construcción de conocimientos y reflexiones. Como aporte se incluyen dispositivos audiovisuales para enriquecer la experiencia, y aumentar en cierto grado la accesibilidad a los contenidos expositivos. El nivel de descripción de los espacios y personajes que hizo Isaacs en la novela fue un punto fundamental, facilitó mucho la tarea al elaborar los guiones curatorial y museográfico. En la fase de diseño, la labor de modelado tridimensional fue muy importante, al permitir visualizar ideas y componentes espaciales y ergonómicos, como alturas y distancias, facilitando la toma de decisiones.

Un aspecto importante al iniciar el diseño de este tipo de propuestas, es disponer de instalaciones adecuadas y con las condiciones ambientales apropiadas. No sobra, antes de hacer cualquier propuesta de intervención, hacer un diagnóstico a la infraestructura, que requeriría recursos adicionales por parte de la institución. Al conocer el estado de cubiertas, pisos, paredes, condiciones de humedad y temperatura, necesidades de inmunización etc. se podrían priorizar acciones que ayudarían a minimizar los riesgos asociados al deterioro de la colección y a conservar por más tiempo los elementos de apoyo de la exhibición, como por ejemplo las infografías impresas. Esto también permite determinar los elementos de soporte de los objetos, textos y gráficos de apoyo, su ubicación y materiales de construcción.

Un aspecto enriquecedor de esta experiencia, fue la propuesta de inclusión⁶⁰ para mejorar la accesibilidad y experiencia de los usuarios en situación de discapacidad motriz y auditiva. Dar a conocer la ubicación del museo, mostrar los estacionamientos disponibles, usar tecnologías para la orientación y localización, incluir recursos táctiles y ayudas ópticas, disponer de sistema braille en las piezas de identificación las salas y de los servicios de la Casa Museo, contar con personal capacitado en atención a la diversidad, implementar rampas en espacios internos y externos para disminuir barreras de movilidad y la incorporación de ayudas audiovisuales y de señalización en más de un idioma, contribuyen a mejorar la comunicación y el acercamiento del museo a diversos públicos. Es importante reconocer que a través de esta disciplina se coadyuva a la igualdad de los ciudadanos y al desarrollo de acciones de responsabilidad social de las instituciones, y por esto es imperioso dedicar recursos para desarrollar un programa completo de accesibilidad al recinto.

El tema de la sostenibilidad⁶¹ del proyecto museográfico se contempla desde la etapa de planeación y se aborda desde diferentes frentes, como por ejemplo el ambiental, relacionado con la gestión eficiente de los recursos en las fases de producción y montaje de la exposición, eliminando el impacto ambiental negativo, utilizando materiales preferiblemente renovables y robustos de larga longevidad, considerando el uso de sustratos, tintes y pinturas amigables con el planeta, proponiendo elementos portátiles que permitan su fácil movilidad, usando materias y servicios de forma racional, generando moderadamente desechos y haciendo una correcta disposición de los residuos generados durante el montaje, incluyendo acciones de reciclaje.

Otro tipo de sostenibilidad tiene que ver con la perdurabilidad de los impactos positivos del proyecto después de su conclusión; en esta, se deben evaluar y controlar los riesgos que afectan o vulneran el proyecto. Aquí es determinante asumir con responsabilidad diferentes acciones de gestión, definiendo y asegurando su gobernabilidad y el compromiso de sus

⁶⁰ La inclusión es un enfoque que responde positivamente a la diversidad de las personas y a las diferencias individuales, entendiendo que la diversidad no es un problema, sino una oportunidad para el enriquecimiento de la sociedad, a través de la activa participación en la vida familiar, en la educación, en el trabajo y en general en todos los procesos sociales, culturales y en las comunidades (Citado por RedPaPaz Unesco, 2005). <http://inclusion.redpapaz.org/que-es-inclusion/>

⁶¹ Definición de sostenibilidad según la RAE: Especialmente en ecología y economía, que se puede mantener durante largo tiempo sin agotar los recursos o causar grave daño al medio ambiente.

colaboradores para mantener a largo plazo los bienes, servicios y productos generados en el proyecto.

Las decisiones que se tomen para hacer sostenible el proyecto deben tener en cuenta todos los niveles organizacionales de la institución y deben considerar la disponibilidad de recursos técnicos, humanos y económicos. Para incrementar el impacto de la propuesta, se debería trabajar de la mano con las áreas de estudio de públicos, de comunicaciones y de educación de la Casa Museo

Dentro de los aspectos a mejorar, está la estructuración del presupuesto. En esta se deben tener en cuenta los gastos asociados a los diagnósticos preliminares del estado de la infraestructura, así como un rubro para la remuneración de servicios técnicos en la etapa de investigación, tanto de la colección como del estudio de públicos.

Finalmente, un proyecto de estas características debería contemplar en cada una de sus etapas, actividades de evaluación y seguimiento en todo su desarrollo, de principio a fin, en donde se puedan identificar fortalezas y debilidades que contribuyan a mejorar futuras iniciativas.

2.5 Referencias

- Barney, B. (2017). *Caracterización como casa de Hacienda*. Reporte Urbano. Edición 339. Caliescribe. <https://caliescribe.com/es/21102017-2234/reporte-urbano/13036-reporte-urbano/caracterizacion-como-casa-de-Hacienda>
- Bolaños, P. (2008). *La Arquitectura de la Memoria: La casa en María, Cien Años de Soledad y Oriane, Tía Oriane*. Universidad de los Andes. <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/9953/u336428.pdf?sequence=1>
- Instituto para la Investigación y la Preservación del Patrimonio Cultural y Natural del Valle del Cauca - INCIVA. *Hacienda “El Paraíso” - El Cerrito*. Recuperado el 7 de marzo de 2021 de <https://www.inciva.gov.co/patrimonio-turistico/Hacienda-el-paraiso->
- Isaacs, J. (2003). *María*. Biblioteca Virtual Universal.
- López, L. (2015). *Casas Museo, Casas Históricas Definiciones y Ejemplos en Barcelona*. Universitat de Barcelona. http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/108857/1/TFG_Lopez_Cecilia_Elisa.pdf
- Pérez, K. (2005). *Sostenibilidad (de un proyecto)*. Diccionario de Acción Humanitaria y Cooperación al Desarrollo. <https://www.dicc.hegoa.ehu.eus/listar/mostrar/213#:~:text=Condici%C3%B3n%20que%20garantiza%20que%20los,es%20utilizado%20en%20diferentes%20sentidos.>
- Wikipedia. *Hacienda “El Paraíso”*. Recuperado el 26 de febrero de 2021 de https://es.wikipedia.org/wiki/Hacienda_El_Para%C3%ADso
- Ministerio de la Protección Social de Colombia y Oficina del Alto Comisionado de Naciones Unidas para los Refugiados ACNUR. (2011). *Directriz de enfoque*

diferencial para el goce efectivo de los derechos de las personas en situación de desplazamiento con discapacidad en Colombia”.

<https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2011/7536.pdf>

3 Práctica

Memoria

**Virtualidad en el Museo de Historia Natural
de la Universidad Nacional de Colombia**

Introducción

Esta memoria recopila las acciones que realicé en el Museo de Historia Natural de la Universidad Nacional de Colombia, bajo la figura de voluntariado, en el periodo comprendido entre octubre de 2020 y febrero de 2021. La intención original fue realizar un análisis sobre el tema de virtualización en museos y su aplicación en el Museo de Historia Natural (en adelante MHN). Para abordar el tema, fue necesario, consultar y analizar la información sobre virtualidad en museos e identificar las plataformas y redes sociales a través de las cuales se da a conocer la información del museo.

En su contenido, se presentan algunas consideraciones sobre el uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en el desarrollo de las actividades de los museos, y particularmente su aplicación en la virtualización del MHN; se referencian conceptos que posibilitan el análisis y la identificación de los medios que se usan para transmitir el conocimiento, así mismo, proponen aspectos reflexivos para llevarlos a la práctica y mejorar los instrumentos actuales y los que a futuro se propongan para difundir las capacidades del museo y sus relación e interacción con sus comunidades.

La estructura del documento comprende en una primera parte la información del museo, la segunda parte describe las actividades realizadas en el museo, que incluye entre otros la elaboración del marco teórico, con una aproximación respecto a la virtualidad, los tipos y usuarios de los museos digitales y por otra parte la relación de los medios electrónicos usados por el museo para darse a conocer y tener presencia en internet. Finalmente, la tercera parte incluye aspectos a considerar que pueden servir como hoja de ruta para mejorar la virtualización del museo.

3.1 Información del Museo de Historia Natural de la Universidad Nacional de Colombia

3.1.1 Ficha técnica



Nombre de la institución: Museo de Historia Natural

Entidad a la que pertenece el museo: Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias – Sede Bogotá.

Localización geográfica / Dirección: Bogotá D.C, Av. Carrera 30 # 45-03, Ciudad universitaria, Instituto de Ciencias Naturales, edificio 425, primer piso. Entrada vehicular calle 53. Ver Figura 3-1.

Teléfono: (+57 1) 316 5000 Ext. 11535

Sitio web: <http://historianatural.unal.edu.co/>

Fecha de fundación: 22 de septiembre de 1938

Nombre del director: Carlos Eduardo Sarmiento Monroy

Horario:

Lunes a viernes: 8:00 a.m. a 12:00 m y 1:00 p.m. a 5:00 p.m. (entrada hasta las 4:30 p.m.)

Sábados: 9:00 a.m. - 12:00 m Recorridos guiados para todos los interesados a las 9 y 11 a.m. (Última entrada 11:30 a.m.)

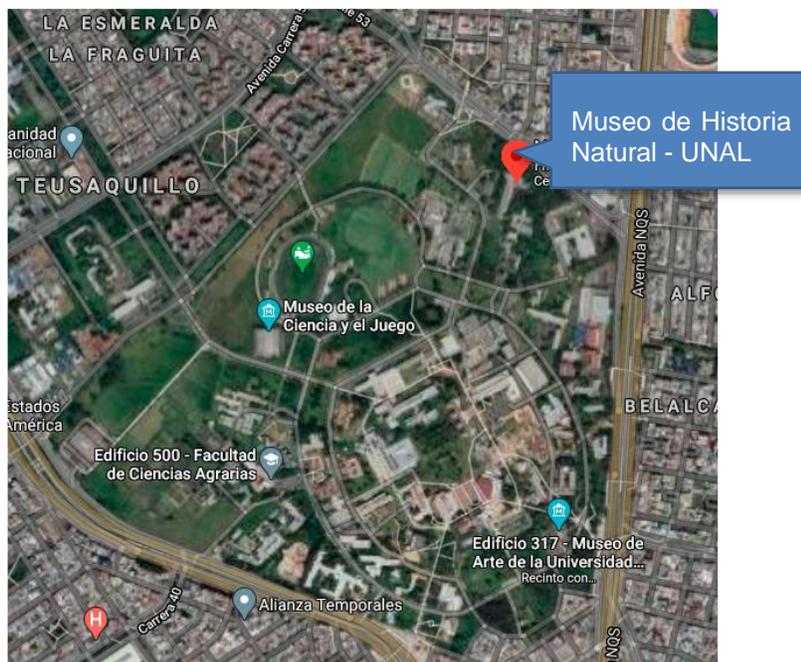
Por la actual situación de pandemia por COVID-19, el museo se encuentra temporalmente cerrado.

Tipo de institución: Museo de historia natural. Considerando que el museo ha venido fortaleciendo su actividad y presencia en internet, el espacio está en proceso de consolidarse también como museo virtual.

Tema de la exposición: Evolución de los organismos, la adaptación, la diversidad biológica y cultural colombiana, y la conservación de las especies y los ecosistemas.

Tipo de exposición: Por sus características, su enfoque y por exhibir por tiempo indefinido su colección física, la exposición que se maneja en el museo se clasifica como de larga duración y de carácter didáctico. Su exposición se clasifica como híbrida por compartir contenidos en internet y por continuar exhibiendo su colección en las instalaciones del Museo.

Figura 3-1 Ubicación del Museo de Historia Natural (2021) Google Maps



3.1.2 Reseña histórica del museo

El Museo es una unidad académica básica adscrita a la Facultad de Ciencias de la Sede Bogotá⁶². Se formalizó el 22 de septiembre de 1938 a través del Acuerdo 84 del Consejo Directivo de la Universidad Nacional de Colombia y alberga actualmente cerca de 2000 ejemplares representativos de la riqueza biológica colombiana. Algunos de los primeros ejemplares de su colección, provienen de la donación de las colecciones botánicas en 1903 y zoológicas en 1935, que realizó el Museo Nacional de Colombia a la Universidad, para fortalecer iniciativas museales⁶³.

El Museo de Historia Natural se estableció formalmente con una estructura orgánica definida, mediante el Acuerdo 65 de 1964 del Consejo Superior Universitario de la Universidad Nacional de Colombia. En ese entonces el Museo contaba con las secciones de: Botánica, Zoología, Mineralogía, Petrografía y Paleontología; estaba ubicado en los almacenes de depósito de la universidad. En 1969 el Instituto de Ciencias Naturales y su Museo se separaron del Departamento de Biología. A través del Acuerdo 16 de 1971 del Consejo Superior Universitario, el Museo quedó adscrito como unidad directamente a la Facultad de Ciencias. La colección del Museo ocupó las instalaciones del edificio actual en 1970 (Restrepo, 2017).

La primera versión de la Sala de Evolución se implementó en 1975, con una serie de réplicas de cráneos de homínidos. En 1985 se estableció la Sala de Antropología, financiada por la Fundación de Investigaciones Arqueológicas del Banco de la República. La colección cuenta con restos y objetos propios de los primeros pobladores del país (Restrepo, 2017).

El 17 de diciembre de 2001, el Instituto de Ciencias Naturales y el Museo de Historia Natural se instauran como unidades básicas de gestión académico administrativa⁶⁴ de la Facultad

⁶² Acuerdo 024 de 2009 del Consejo Superior Universitario "Por el cual se modifica la estructura y organización de la Facultad de Ciencias, Sede Bogotá"

⁶³ La historia del museo es tomada del capítulo "Museo de Historia Natural" escrito en 2017 por el director del museo Carlos Eduardo Sarmiento Monroy, para la Colección del Sesquicentenario de la Universidad Nacional de Colombia.

⁶⁴ Según el Acuerdo 25 del 17 de diciembre de 2001

de Ciencias; el Museo se separa institucionalmente del Instituto de Ciencia Naturales y se establece específicamente como unidad para la investigación y extensión (Consejo Superior Universitario, 2001). Por otra parte, se formaliza la categoría de director o coordinador del museo (Restrepo, 2017).

En el año 2001 se recuperaron ejemplares de botánica y zoología y se presentaron exposiciones sobre las publicaciones del Instituto y sobre frutos y semillas. Durante el periodo comprendido entre 2001 y 2002, se reestructuró visual y conceptualmente el museo. El primer diorama interactivo se instaló en 2003 con temática sobre murciélagos. Para 2003, las salas del Museo estaban organizadas así: 1) Sala de evolución de los organismos, 2) Arqueología y Antropología, 3) Artrópodos, 4) Mundo marino, 5) Reptiles, 6) Aves, 7) Mamíferos, y 8) Botánica. Este mismo año se creó y publicó la página web del museo, como parte del Museión, programa Universidad Virtual de la Universidad Nacional de Colombia. En 2004 se elaboró el primer guion museológico con la descripción de los ejes temáticos que estructuran el museo: evolución, biodiversidad y conservación, se creó el primer Club de Ciencias del Museo y se realizó el primer video promocional del Museo. (Restrepo, 2017).

Para el año 2005, el Museo de Historia Natural es definido como unidad académica básica de la Facultad de Ciencias. En 2008 se diseñó una nueva imagen corporativa del Museo, y por dificultades económicas, el Museo tuvo que cerrar sus puertas por cerca de seis meses. Posterior a su reapertura en 2009, se desarrollaron varias charlas especializadas, se realizaron talleres formativos, exposiciones temporales y elementos expositivos con colaboración de profesores de la institución. La presencia del museo en redes sociales dio comienzo en 2010. (Restrepo, 2017).

Para el año 2017, el Museo contaba con 7 salas organizadas por temas específicos: Aves, Artrópodos, Reptiles, Mamíferos, Mundo Marino, Evolución y Antropología. Desde entonces, cuenta con una sala de exposiciones temporales, un recinto dedicado al tema botánico y un taller el para desarrollo de actividades de montaje y mantenimiento. Cuenta asimismo con elementos de divulgación como son página web, redes sociales, folletos divulgativos e ilustrativos. Su personal usa uniformes de identificación y ese año da inicio un programa regular de apertura para visitantes los sábados. (Restrepo, 2017).

3.2 Descripción de las actividades realizadas

Esta práctica fue adelantada bajo la figura de voluntariado entre octubre de 2020 y junio de 2021, para ser presentada en el componente de Práctica del Trabajo Final de la Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio. Tuvo como objetivos, conocer aspectos generales sobre la virtualidad en los museos, documentar el proceso de virtualización del Museo de Historia Natural, brindar elementos de referencia para la construcción de los guiones museológico y museográfico de la página web del museo, y plantear recomendaciones para mejorar los medios virtuales que usa el museo para su comunicación y divulgación.

3.2.1 Contexto en el que se desarrolló el proyecto

En marzo de 2020 se declaró la emergencia sanitaria por causa del Coronavirus COVID-19 en Colombia y se adoptaron medidas sanitarias con el fin de prevenir y controlar la propagación del virus en el territorio nacional y mitigar sus efectos⁶⁵. Esta crisis de salud global, generó varios desafíos de carácter político, social y económico, que no fueron ajenos al sector de los museos.

Estas circunstancias excepcionales que afectaron a organizaciones museales y culturales, hicieron que se promovieran estudios y encuestas nacionales e internacionales, para conocer el impacto y necesidades de los museos en tiempos de pandemia. Dentro de ellos se destacan:

Encuesta del Programa Fortalecimiento de Museos del Museo Nacional de Colombia Ministerio de Cultura - PFM: *Museos colombianos y la pandemia Covid-19*, dirigida a entidades museales del territorio nacional. En los resultados⁶⁶, se compiló la información

⁶⁵ El Ministerio de Salud y Protección Social mediante la Resolución 385 del 12 de marzo de 2020, declaró la emergencia sanitaria por causa del Coronavirus COVID-19, hasta el 30 de mayo de 2020. A la fecha de elaboración de este documento, se encontraba vigente la Resolución 738 de 2021 del Ministerio de Salud y Protección Social mediante la cual se proroga hasta el 31 de agosto de 2021 la emergencia sanitaria en todo el territorio nacional declarada mediante la Resolución 385 de 2020 y prorrogada a su vez por las Resoluciones 844, 1462 y 2230 de 2020 y 222 de 2021.

⁶⁶ El detalle de los resultados de la encuesta se puede consultar en el enlace: <http://www.iber museos.org/wp-content/uploads/2020/07/resultados-encuesta-pandemia-y-museos-colombia-pfm-2020.pdf>

sobre solidaridad, afectación financiera y actividad digital, de los 135 museos que contestaron la encuesta desde el 21 hasta el 30 de abril de 2020.

Es importante destacar de esta encuesta, las cuestiones planteadas respecto a la actividad digital de los museos durante la emergencia. Una de ellas, indica que el 65,1% de los encuestados implementó alguna estrategia de operación virtual durante el cierre físico del periodo de emergencia por COVID-19.

Encuesta mundial del ICOM *Museos, profesionales de los museos y COVID-19*⁶⁷, que abordó 5 temas:

La situación de los museos y su personal, el impacto económico previsto, la tecnología digital y la comunicación, la seguridad de los museos y la conservación de las colecciones, y los autónomos de los museos. (ICOM 2020).

En la encuesta se hacen preguntas relacionadas con el personal y el presupuesto dedicado a las actividades digitales, cambios en las actividades, por ejemplo, el incremento de la presencia del museo en redes sociales.

La Red de Organizaciones de Museos Europeos (NEMO)⁶⁸ realizó un par de estudios para analizar y mapear el impacto económico de la pandemia en cerca de 1000 museos de 48 países, uno de estos se realizó al iniciar la pandemia y el segundo a finales de 2020.

En los resultados de la primera encuesta *Survey on the impact of the COVID-19 situation on museums in Europe*, 650 museos de 41 países respondieron al llamado. Respecto al tema digital⁶⁹ se conoció que más del 60% de los museos, han aumentado su presencia en internet, mientras que solo el 13,4% ha aumentado su presupuesto para actividades digitales. Aumentaron las visitas en línea y las exhibiciones virtuales, se incrementó el uso de redes sociales, principalmente Facebook. De igual forma se identificó el interés de los

⁶⁷ Los resultados de la encuesta se encuentran en: <https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/05/Informe-museos-y-COVID-19.pdf>

⁶⁸ La Red de Organizaciones de Museos Europeos (NEMO) fue fundada en 1992 como una red independiente de organizaciones de museos nacionales que representan a la comunidad de museos de los estados miembros del Consejo de Europa. Juntos, los miembros de NEMO hablan en nombre de más de 30.000 museos en 40 países de Europa. <https://www.ne-mo.org/>

⁶⁹ El detalle sobre el estudio del aumento de actividades en línea de los museos en Europa, se puede observar en el enlace <https://www.ne-mo.org/news/article/nemo/nemo-survey-on-museums-and-covid-19-increasing-online-activities-of-museums.html>

museos en la creación de podcast, contenido en vivo y creación de juegos, buscando retroalimentación de sus audiencias en línea.

El informe final⁷⁰ de la encuesta “*Follow-up survey on the impact of the COVID-19 pandemic on museums in Europe*”, se publicó en enero de 2021. La encuesta fue respondida por 600 museos de 48 países entre el 30 de octubre y el 29 de noviembre de 2020. En el tema digital, se tienen datos sobre las creación y mejoras de servicios; asignación de presupuesto para aumentar la presencia en línea del museo; contratación de personal y reasignación de tareas y formación del personal existente; identificación de necesidades de infraestructura digital; visitas y ofertas on line, falta de medición de visitantes. Un punto importante a mencionar es:

La transición digital integral debe incluir abordar el desarrollo de métricas sólidas, marcos y métodos para rastrear las actividades digitales y el éxito, que una gran parte de los museos afirma luchar o no aplicar dentro de una estrategia o marco integral. Mejorando las ofertas digitales de los museos requerirán una estrategia de evaluación integral (NEMO,2021).

Por su parte la UNESCO, realizó una evaluación internacional⁷¹ del impacto de COVID-19 dirigida a museos, profesionales de la cultura y Estados Miembros, con información sobre la reacción de las instituciones museales frente a la crisis, capacidad de resiliencia, tendencias clave y los desafíos del acceso a la cultura.

Como continuación de este informe, la UNESCO realizó en marzo de 2021, una nueva encuesta en línea sobre museos, denominada “*Museums Around The World In The Face Of Covid-19*”. Por medio de esta evaluación provisional, se obtuvieron datos de 87 Estados Miembros sobre la situación de 104.000 museos ante la COVID-19, un año después de la pandemia.

⁷⁰ El informe completo se encuentra en el siguiente enlace: https://www.nemo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_COVID19_FollowUpReport_11.1.2021.pdf

⁷¹ La encuesta “*Museums Around The World In The Face Of Covid-19*” se realizó en dos oportunidades, una en 2020 y otra en 2021. El primer informe de mayo de 2020 se encuentra disponible en el enlace <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373530>

En el informe se incluyen recomendaciones, entre las que destacan la de aplicar una política de digitalización a gran escala para inventariar las colecciones, así como la toma de medidas de apoyo a la educación, la formación y la investigación (UNESCO, 2021).

En general los resultados de estas encuestas, evidenciaron las dificultades que tuvieron los museos al estar cerrados durante un largo periodo de tiempo, algunos de ellos se clausuraron definitivamente. Los impedimentos presentados para obtener recursos por medio de la venta de entradas, productos y servicios, afectaron significativamente los rubros para financiar su operación, en algunas ocasiones se cancelaron contratos de prestación de servicios y programas de voluntariado. Las exposiciones y otras actividades tuvieron que ser reprogramadas o suspendidas, a causa del aislamiento preventivo.

En contraste, los museos aumentaron su presencia en línea, por medio de redes sociales, exposiciones virtuales y otros. Sin embargo, se presentaron problemas con la formación del personal del museo en la implementación de estrategias digitales, y, por otra parte, los fondos de las instituciones no eran suficientes para la contratación de personal experto en el tema.

Durante el periodo de pandemia, el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural junto con el Museo de Bogotá, lanzó una convocatoria en el marco del “Programa Distrital de Estímulos 2020” del sector cultura, para financiar becas en las siguientes 2 líneas: ‘Proyectos museográficos para vivir juntos’ y ‘Fortalecimiento de la dimensión digital de los museos de Bogotá’ con el propósito de apoyar a las instituciones museales en el uso de las tecnologías que respondan a las limitaciones impuestas por la actual emergencia sanitaria generada por el coronavirus.

La situación de pandemia por COVID-19 ha incentivado a los museos a repensar, replantear y mejorar las formas de transmitir sus contenidos, y de interactuar y comunicarse con sus usuarios. Ante esto, el Museo aprovechó la oportunidad ofrecida por el IDPC para ampliar el acceso a su colección, difundir su contenido temático, proponer una nueva forma de exhibición y de difusión del conocimiento, así como para establecer un diálogo entre sus salas físicas y virtuales. El MHN se presentó en la línea 2 de esta convocatoria con el proyecto: “Acercando la comunidad a la naturaleza desde la virtualidad en el Museo de Historia Natural”, cuyo objetivo general fue:

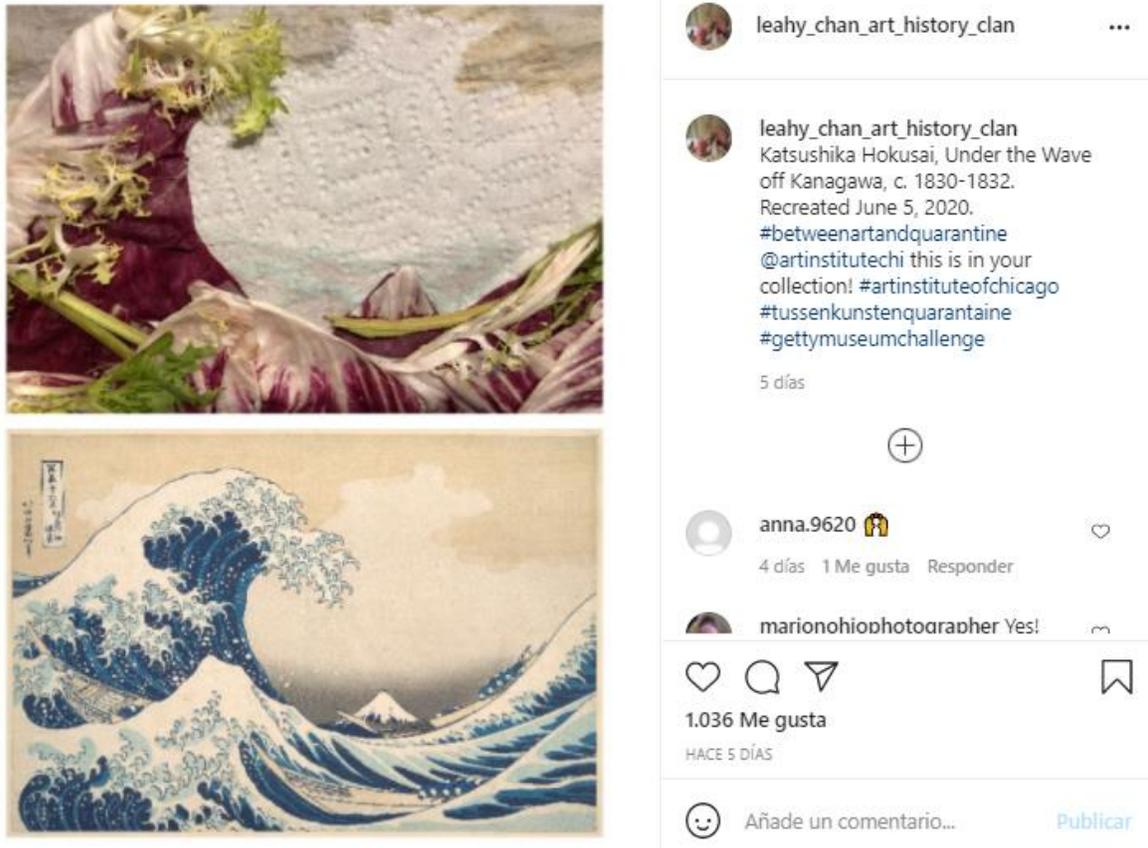
Brindar a la comunidad accesibilidad al contenido temático del Museo de Historia Natural de la Universidad Nacional de Colombia, mediante la implementación en la página web del museo de las infografías, ilustraciones interactivas con diferentes capas de información y fotografías de las distintas salas y especímenes exhibidos, que serán de libre acceso y estarán además conectados a los especímenes y salas mediante un sistema de códigos QR.

A partir de este proyecto, surgió la necesidad de realizar un análisis de todo lo relacionado con virtualidad en el museo y no solamente para las nuevas páginas electrónicas que se estaban desarrollando en el marco del proyecto. Para dar respuesta a esta necesidad, adelanté un estudio, para configurar el marco teórico que abarcó entre otras acciones, el análisis sobre la aplicación de la virtualidad en los museos, la identificación de fortalezas, y debilidades, etc. así mismo, hice una exploración de los canales y mecanismos que implementa el museo para virtualizar sus actividades.

- **La comunicación de los museos en medio de la pandemia**

La nueva realidad causada por la pandemia por COVID-19 conllevó a que nuestras actividades y la forma de relacionarnos cambiaran. Por el confinamiento, los museos tuvieron que adaptarse, implementando estrategias como el teletrabajo para continuar con su labor. Por otra parte, estas instituciones se vieron obligadas a reformular sus estrategias de comunicación, para llegar a nuevos usuarios, haciéndolos partícipes en la creación y en la reinterpretación de contenidos. Como ejemplo se tiene el reto #gettymuseumchallenge. (Figura 3-2).

Figura 3-2 Imagen presentada en el reto #gettymuseumchallenge



Katsushika Hokusai, Under the Wave off Kanagawa, c. 1830-1832. Recreado por The Leahy-Chan Family en junio 5 de 2020. Fecha de consulta #gettymuseumchallenge: 7 de julio de 2021.

Algunos museos durante la pandemia, han tenido que conocer a la fuerza lo inexplorado, o de acelerar lo inevitable: la tendencia actual, por las circunstancias de confinamiento y distanciamiento social, es el uso de canales digitales para la comunicación, esto ha inducido la migración digital de los museos físicos. Todos estos aprendizajes deben ser conservados, para potenciarlos cuando la crisis por la pandemia cese.

Otras iniciativas que surgen durante la pandemia, son la realización de encuentros entre museos afines, un ejemplo de ello es el “Primer Encuentro de Museos Virtuales. Hacia una Red Colaborativa en Latinoamérica”

“En este primer encuentro esperamos iniciar una red colaborativa de museos virtuales en América Latina. Sabemos que el concepto de museo virtual se impulsa en la década de los 90 pero, aun así, las definiciones de lo que es siguen siendo ambiguas y poco abordadas desde el oficialismo” ... “Estas lecturas apuntan generalmente a creer que ese concepto responde a la digitalización de los museos físicos, pero es más que eso: es una forma de trabajo desde la virtualidad y con las comunidades digitales”. (Caris, 2020).

3.2.2 Equipo de trabajo con el que se interactuó durante la práctica

El equipo de trabajo principal del Museo está conformado por el director, designado por la Decanatura de la Facultad de Ciencias y por un profesional de apoyo, que soporta entre otros, los programas de “Educación y Servicios”, “Curaduría y Colecciones” y “Divulgación”. Por otra parte, el equipo del museo es fortalecido eventualmente por estudiantes de pregrado y posgrado de la UNAL que son vinculados a través de programas de apoyo institucional como, por ejemplo, Promoción de la Convivencia⁷², Actividades de corresponsabilidad y estudiantes auxiliares. Asimismo, a través del programa de voluntarios y pasantes se logra la participación de estudiantes de Universidades como la Nacional, la Javeriana y de los Andes.

En el segundo semestre de 2020 el museo desarrolló el proyecto “Acercando la comunidad a la naturaleza desde la virtualidad en el Museo de Historia Natural”. Para llevar a cabo esta actividad se conformó un equipo de trabajo temporal, con profesionales de diferentes áreas como se muestra en la Figura 3-3. El único acercamiento que tuve con este equipo fue en octubre de 2020, a través de una videoconferencia, en donde conocí los avances y algunas acciones tendientes a la divulgación de las nuevas secciones del sitio web del MHN:

⁷² En la Resolución 056 DE 2011, de la Dirección de Bienestar Universitario de la Sede Bogotá se implementan nuevas disposiciones en el Programa para la Promoción de la Convivencia, creado mediante la Resolución 934 de 2010 de la Vicerrectoría de la sede Bogotá y modificado por razón de la Resoluciones 1234 y 2017 de 2010, en la Sede Bogotá.

“Recorrido Virtual por la Biodiversidad de Colombia”⁷³ y “Museo de Historia Natural Universidad Nacional De Colombia Salas Físicas”⁷⁴.

Debido a las dinámicas particulares ocasionadas por la pandemia por la COVID-19 durante 2020⁷⁵, las actividades se realizaron completamente de manera virtual. Ante esta situación, la comunicación con el director del Museo comprendió un par de reuniones a través de Google Meet y un intercambio de correos electrónicos, vale la pena mencionar que no tuve la oportunidad de conocer más personas vinculadas a la institución.

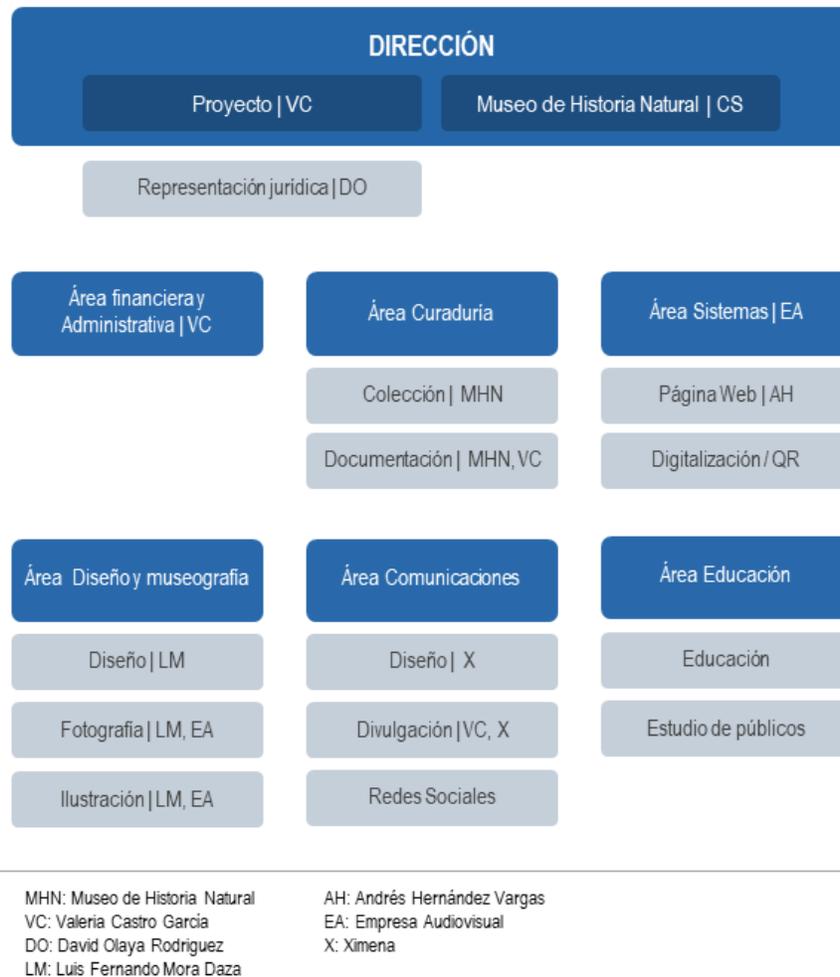
⁷³ La página web se encuentra en la siguiente dirección electrónica:

<http://historianatural.unal.edu.co/expo1/index.html>

⁷⁴ En el enlace <http://historianatural.unal.edu.co/salas.html> se encuentra el sitio electrónico con información de las salas físicas del museo.

⁷⁵ El 22 de marzo de 2020, a través del Decreto Número 457 de 2020, el presidente de la República de Colombia, ordenó el aislamiento preventivo obligatorio de todos los habitantes del país a partir del 25 de marzo, en el marco de la emergencia sanitaria causada por el COVID-19.

Figura 3-3 Equipo de trabajo del proyecto «Acercando la comunidad a la naturaleza desde la virtualidad en el Museo de Historia Natural»



3.2.3 Cronograma de actividades

Las principales acciones del voluntariado efectuado durante el periodo comprendido entre octubre de 2020 y junio de 2021, para ser presentado en el componente de Práctica del Trabajo Final de la Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio incluyen (Tabla 3-1):

Tabla 3-1 Cronograma de actividades de la labor realizada en el MHN

Actividad	2020		2021	
	oct	nov	ene-feb-mar	abr-may-jun
Reunión inicial con el director del MHN	x			
Reunión con el equipo de trabajo del museo, presentación del proyecto “Acercando la comunidad a la naturaleza desde la virtualidad en el Museo de Historia Natural”	x			
Elaboración de Análisis DAFO sobre virtualización en museos (acrónimo formado por las iniciales de las palabras Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades)		x		
Retroalimentación de DAFO por parte del director		x		
Realización de análisis CAME (Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar) para definir las acciones a tomar a partir de los resultados del DOFA		x		
Consulta y consolidación de la información del marco conceptual sobre virtualización y transformación digital. Experiencias en otros museos	x	x	x	x
Levantamiento de la información general del sitio web e identificación de las plataformas y redes sociales que usa el museo para su comunicación y divulgación. Esquematización de la estructura del sitio web.		x	x	x
Propuesta estructura para la construcción de los guiones museológico y museográfico para la página web del museo.		x	x	x
Propuesta del mapa del sitio web del museo				x
Recomendaciones para mejorar la virtualización del museo, la caracterización de sus públicos y la identificación de otros servicios a virtualizar		x	x	x
Elaboración y ajustes del documento de virtualización del MHN		x	x	x
Retroalimentación del documento por parte del director		x		x

3.2.4 Marco conceptual

3.2.4.1 Virtualidad en museos y Transformación Digital

La virtualización permite usar las TIC para almacenar, investigar, reconstruir, recrear, organizar, clasificar, acceder, mostrar o divulgar la información asociada a la gestión del museo y de su colección (González y Casado, 2010).

Estas tecnologías facultan la participación activa de los usuarios, el acceso inmediato y la aproximación a los contenidos del museo; por otra parte, amplían los canales propios (página web) y externos (Twitter, Facebook, YouTube, etc.) de generación, distribución y divulgación de la información, fortaleciendo la comunicación en red con diferentes individuos y con otras instituciones de carácter científico y cultural.

Por otra parte, la Transformación Digital (TD) integra las TIC a los procesos de una organización para modificar y optimizar su operación, potenciar su eficiencia, mejorar su competitividad y ofrecer valor añadido en sus productos y servicios. Transformar el mundo analógico en digital, implica un cambio cultural y estratégico en la entidad (DNP, 2019). Cabe mencionar que las instituciones del sector público y del sector privado en Colombia⁷⁶ están adaptando nuevas tecnologías e innovaciones para su transformación digital, buscando mejorar su relación con el ciudadano y así generar valor.

La TD en el museo, posibilita la digitalización y organización de las colecciones; la gestión de la información y la construcción de motores de búsqueda, la integración de bases de datos, el uso de hipertextos, multimedia, interactividad, realidad virtual, etc. y contribuye a las interconexiones en red.

⁷⁶ Objetivo del CONPES 3975 Política nacional para la transformación digital e inteligencia artificial. Aumentar la generación de valor social y económico a través de la transformación digital del sector público y del sector privado, mediante la disminución de barreras, el fortalecimiento del capital humano y el desarrollo de condiciones habilitantes, para que Colombia pueda aprovechar las oportunidades y enfrentar los retos relacionados con la 4RI.

3.2.4.2 Tipología de museos y exposiciones

- **Tipos de museos**

Para abordar el tema de virtualización en museos, se tiene en cuenta una tipología que considera tres niveles de museos, en función del nivel de aplicación de las TIC y en función de los servicios virtuales ofrecidos al usuario (González y Casado, 2010):

Nivel inferior / Museo electrónico: Sólo cuentan con una página web con información del museo muy básica y sin actualizar, similar a la presentada en un folleto. El uso de las TIC y el nivel de divulgación es mínimo.

Nivel intermedio / Museo digital: Incluye un poco más de información que el museo electrónico, contiene una selección de su colección y algo de información sobre actividades complementarias. Hacen uso de páginas interactivas y enlaces hipertextuales definidos. El hipertexto es un conjunto de nudos heterogéneos (imágenes, gráficos, secuencias sonoras, documentos textuales, etc.) interconectados que funcionalmente pueden interpretarse como un contexto propicio para la organización de conocimientos, datos o informaciones (Levy, 1993).

Nivel superior / Museo virtual: En este museo se hacen recreaciones virtuales del edificio y de las colecciones, incrementan la inmersión de los usuarios en la experiencia museológica, virtualizan sus servicios y optimizan el acceso a la información de sus colecciones. Es un sitio ágil, dinámico y completo.

3.2.4.3 Clasificación de exposiciones

De acuerdo con García (2010), para el tema de la virtualidad en los museos se tienen dos tipos de exposiciones:

Exposiciones virtuales. Son aquellas cuyo contenido es exclusivamente digital, generalmente de acceso mediante internet (independientemente de que puedan disponer de espacios materiales que permitan dicho acceso). Sus recorridos son personalizados, libres, o aleatorios, no están asociados a museos o exposiciones físicas y proponen unos

contenidos más abiertos e hipertextuales⁷⁷ que enriquecen aún más la visita del cibervisitante.

Exposiciones híbridas. Exposiciones que tienen la capacidad de disponer simultáneamente de contenidos y presencia *in site* y *on line*, proponen recorridos distintos y complementarios en cada uno de estos entornos, potenciando la conexión e intermediaciones entre los mismos y aumentando la experiencia del disfrute del espacio físico con las capacidades de las TIC.

3.2.4.4 Usuario internauta o visitante online

Los sitios en internet, con el paso de los años y la evolución de la tecnología han pasado de ser repositorios de información a espacios de interacción con el internauta, que han generado nuevos patrones de comprensión e interpretación y han facilitado el acceso, el debate y el intercambio de opiniones sobre los contenidos, conformando una comunidad de usuarios activa y participativa. A través de ellos, se escucha y se conversa con el usuario.

Por lo anterior, y así como en los museos *in situ*, se deberían considerar diversos aspectos del usuario internauta, para ofrecerle una experiencia positiva e interesante de acuerdo a sus necesidades y expectativas, y brindarle diferentes niveles de información según su perfil y su exigencia de información. Dentro de algunos de estos aspectos a considerar, se tienen la edad; el lugar o región de ubicación, para distinguir las características de la conectividad a internet; el nivel de educación, para determinar el grado de especialidad de la información publicada; los tipos de discapacidades o limitaciones bien sean físicas, sensoriales e intelectuales, etc.

El usuario internauta podría realizar una visita virtual al museo en el marco de actividades lúdicas, académicas, de investigación, recreativas o para ampliar los conocimientos generales. En el caso de las actividades académicas, los profesores son aliados

⁷⁷ Según el diccionario de la Real Academia Española, hipertextual se define como el conjunto estructurado de textos, gráficos, etc., unidos entre sí por enlaces y conexiones lógicas.

importantes, son actores indispensables para entablar la comunicación con el estudiante como receptor.

Por lo general podría pensarse que una visita virtual es realizada por una sola persona, sin embargo, puede usarse como un instrumento para que familias y grupos escolares y académicos aprendan y discutan sobre los contenidos. Es un abre bocas para lo que podrían encontrar en el museo físico.

Por otra parte, la forma como esté diseñado el sitio web puede incidir en la manera como el usuario hace el recorrido virtual, sugiriendo un camino lineal o posibilitando el acceso al contenido de una forma autónoma o incluso planificada.

Cabe mencionar en esta sección el tema de accesibilidad. La virtualidad permite al museo el acercamiento a públicos en situación de discapacidad sensorial motriz, otras limitaciones sensoriales, incluso a personas que no saben leer. Varios museos, como por ejemplo el American Museum of Natural History, el Museo Nacional de Ciencias Naturales de España y el Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona han generado espacios inclusivos en sus sitios web haciendo uso de subtítulos en sus videos y audios en sus imágenes.

3.2.4.5 Norma Técnica Colombiana NTC 5854. Accesibilidad a páginas web

Considerando las necesidades que tienen las entidades museales para mejorar su proceso estratégico de comunicación, incrementar los niveles de comunicación con sus usuarios, dar a conocer y visibilizar el museo en diferentes partes del mundo, y facilitar y mejorar los canales para la adquisición, intercambio y distribución de información, se hace indispensable tener en cuenta la norma NTC 5854. El objeto de esta norma, es establecer los requisitos de accesibilidad que se deben implementar en las páginas web en los niveles de conformidad A, AA y AAA⁷⁸. Esta Norma toma como documento de referencia “Las Pautas de Accesibilidad⁷⁹ para el contenido Web (WCAG) 2.0 Recomendación del W3C⁸⁰ del 11 de diciembre de 2008” (Icontec, 2011).

3.2.5 Experiencias virtuales de otras instituciones museales

A continuación, se presentan las experiencias de algunos museos en el desarrollo de exposiciones virtuales y otros medios electrónicos para construir conocimiento y divulgar su patrimonio.

⁷⁸ Para satisfacer las necesidades de diferentes grupos y situaciones. se definen tres niveles de conformidad: A (más bajo), AA y AAA (más alto).

⁷⁹ Las pautas de accesibilidad (WCAG) definen cómo hacer que el contenido web sea más accesible para las personas con discapacidades. La accesibilidad implica una amplia gama de discapacidades, que incluyen discapacidades visuales, auditivas, físicas, del habla, cognitivas, del lenguaje, del aprendizaje y neurológicas. Aunque estas pautas cubren una amplia gama de temas, no pueden abordar las necesidades de personas con todos los tipos, grados y combinaciones de discapacidades. Estas pautas también hacen que el contenido web sea más utilizable por personas mayores con capacidades cambiantes debido al envejecimiento y, a menudo, mejoran la usabilidad para los usuarios en general.

⁸⁰ El Consorcio World Wide Web (W3C) es una comunidad internacional donde las organizaciones miembros, el personal de tiempo completo y el público trabajan juntos para desarrollar estándares web.

- **Museo de Bogotá**

Exposición digital: “¡No es la peste!: la gripa de 1918 desde el presente”

Fecha de realización: 11 de abril al 22 de julio de 2020

El museo dispuso sus redes sociales y desarrolló la exposición colaborativa, con la que construyó – con públicos conocidos y por conocer – una muestra que permitió generar nuevas formas de encuentro con el pasado para reflexionar sobre el presente e imaginar un futuro que incorpore los aprendizajes de lo que estamos viviendo. La exposición cuenta con información para entender la pandemia de 1918, tanto sobre su origen como sus impactos en Bogotá; (Museo de Bogotá, 2020).

- **Casa Museo Quinta de Bolívar y el Museo de la Independencia - Casa del Florero**

Podcast “Al aire Bagatela”

Dos casas, dos historias y un país: Hablemos de museos.

Fecha de publicación: mayo 13 de 2021.

En el marco de la conmemoración al Día Internacional de los Museos, el podcast se refirió al nacimiento del Museo de la Independencia - Casa del florero y de la Casa Museo Quinta de Bolívar. <https://anchor.fm/quinta-de-bolivar>

- **Red Cultural del Banco de la República**

Recetarios Orales: Los platos olvidados⁸¹

Serie de talleres virtuales sobre memorias y practicas alrededor de la cocina isleña.

Fecha de realización: junio 10 de 2021.

Horario: 3:00 pm-5:00 pm

La actividad se realizó en modalidad virtual a través de Google Meet, siguiendo este

⁸¹ La información del taller se puede consultar en el enlace: <https://www.banrepcultural.org/san-andres/actividad/recetarios-orales-los-platos-olvidados>

enlace: <https://meet.google.com/ynh-sheo-fjn>

3.2.6 Resultados del voluntariado

A continuación, presento los resultados de la actividad del voluntariado:

3.2.7 Antecedentes de la virtualización del Museo de Historia Natural de la Universidad Nacional de Colombia.

Se realizó la Identificación de la misión, la visión y los objetivos del museo, esto con el fin de definir los propósitos conceptuales, las prioridades y necesidades de la institución y cómo a través del uso de medios virtuales se contribuye a su cumplimiento.

Cabe mencionar en este punto:

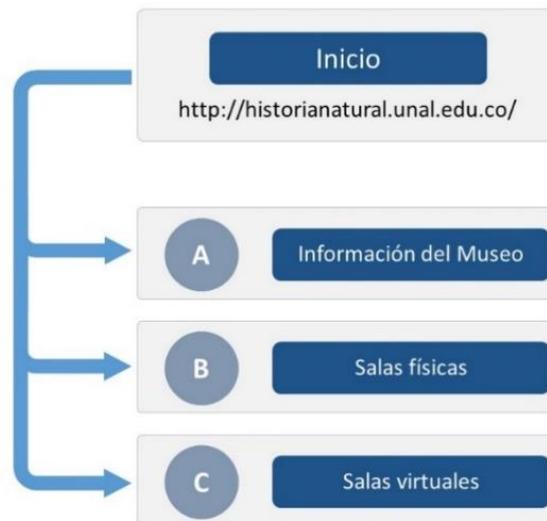
El Museo es un escenario de aprendizaje y de interacción con el conocimiento científico, en el que se aprende acerca de la evolución de los organismos, la adaptación, la diversidad biológica y cultural colombiana y la conservación de las especies y los ecosistemas. que el museo es un centro de educación informal. (Museo de Historia Natural, s.f.)

Por otra parte, se efectuó el reconocimiento de las partes que componen el sitio web del museo, los canales virtuales, redes sociales y sistemas de información que usa el museo para la comunicación con sus audiencias, esta labor contribuyó al planteamiento de la estructura de los guiones museológico y museográfico y el mapa del sitio web.

3.2.7.1 Sitio web

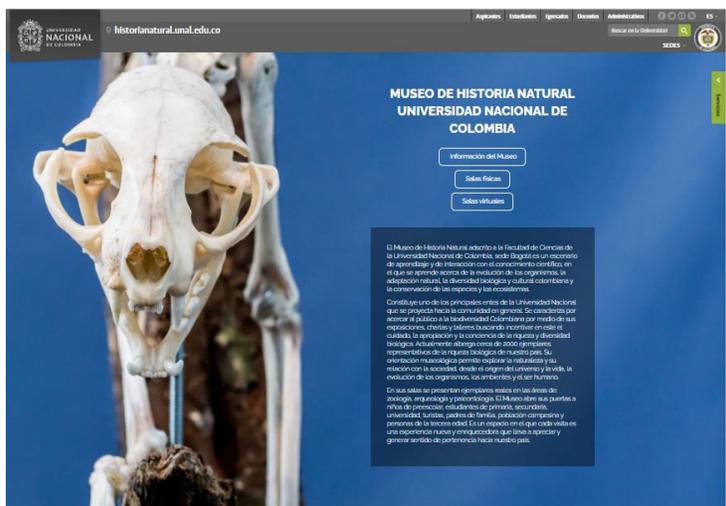
El MHN, por medio de su página web <http://historianatural.unal.edu.co/>, difunde información general del museo, facilita espacios para dar a conocer sus colecciones, promueve el aprendizaje, la conciencia ambiental y el sentido de pertenencia, divulga las actividades que realiza, a la vez que proporciona canales de comunicación a la comunidad en general. Como actividad del voluntariado se identificaron las 3 secciones que conforman la web del MHN y se elaboró uno de los mapas del sitio web que se aprecia en la Figura 3-4. La página de inicio del sitio web del MHN se muestra en la Figura 3-5.

Figura 3-4 Estructura general del sitio web del MHN



Elaboración propia. Fecha de consulta 8 de febrero de 2021

Figura 3-5 Página de inicio del sitio Museo de Historia Natural <http://historianatural.unal.edu.co/>



Fecha de consulta: 8 de febrero de 2021

3.2.7.2 Sitio A “Información del Museo”

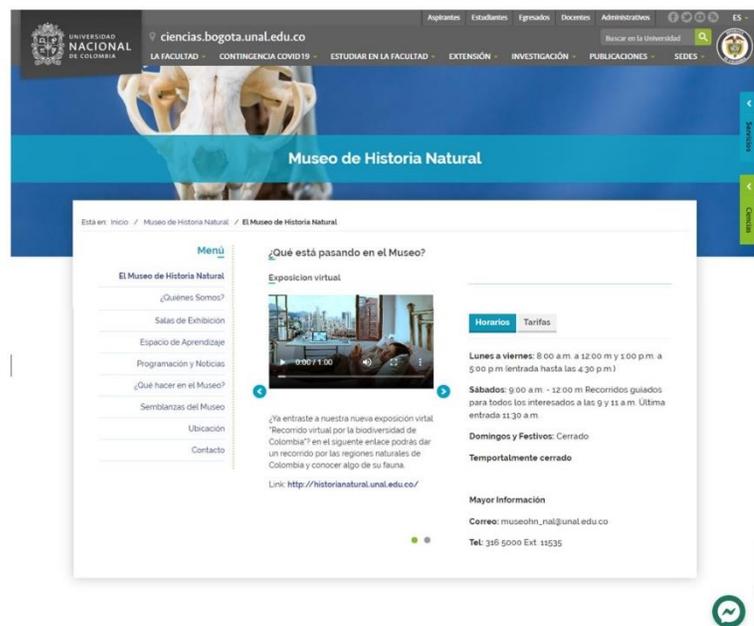
A continuación se presentan las secciones que componen el sitio A “Información del Museo”, publicado en el enlace <http://ciencias.bogota.unal.edu.co/museos-y-centros/museohistorianatural/el-museo-de-historia-natural/>:

- Página de inicio, ver Figura 3-6.
- Sección 1: ¿Quiénes somos?: Descripción general, declaración de la misión, visión y objetivos del museo.
- Sección 2: Salas de Exhibición, información sobre exposiciones temporales y permanentes.
- Sección 3: Espacio de Aprendizaje. En esta sección se incluyen proyectos, recorridos guiados, charlas temáticas, talleres y voluntariados.
- Sección 4: Programación de actividades del Museo y noticias relacionadas.
- Sección 5: ¿Qué hacer en el Museo? Se presentan los tipos de actividades que se pueden hacer en el museo 1. Ingreso individual: 2. Visitas guiadas, 3. Talleres formativos, 4. Charlas Temáticas.

- Sección 6: Semblanzas del Museo. Breve descripción de 4 especies del Museo.
- Sección 7: Ubicación y rutas de acceso al museo físico.
- Sección 8: Contacto y redes sociales: Enlace a las redes usadas por el MHN para difundir su información y las actividades que realiza.
 - o Facebook: <https://www.facebook.com/MuseoHNunal>
 - o Twitter: <https://twitter.com/MuseoHNunal>
 - o Instagram: <https://www.instagram.com/MuseoHNunal/>
 - o YouTube: <https://www.youtube.com/channel/UCpkaRMk9a6omle4OTayOrTQ>

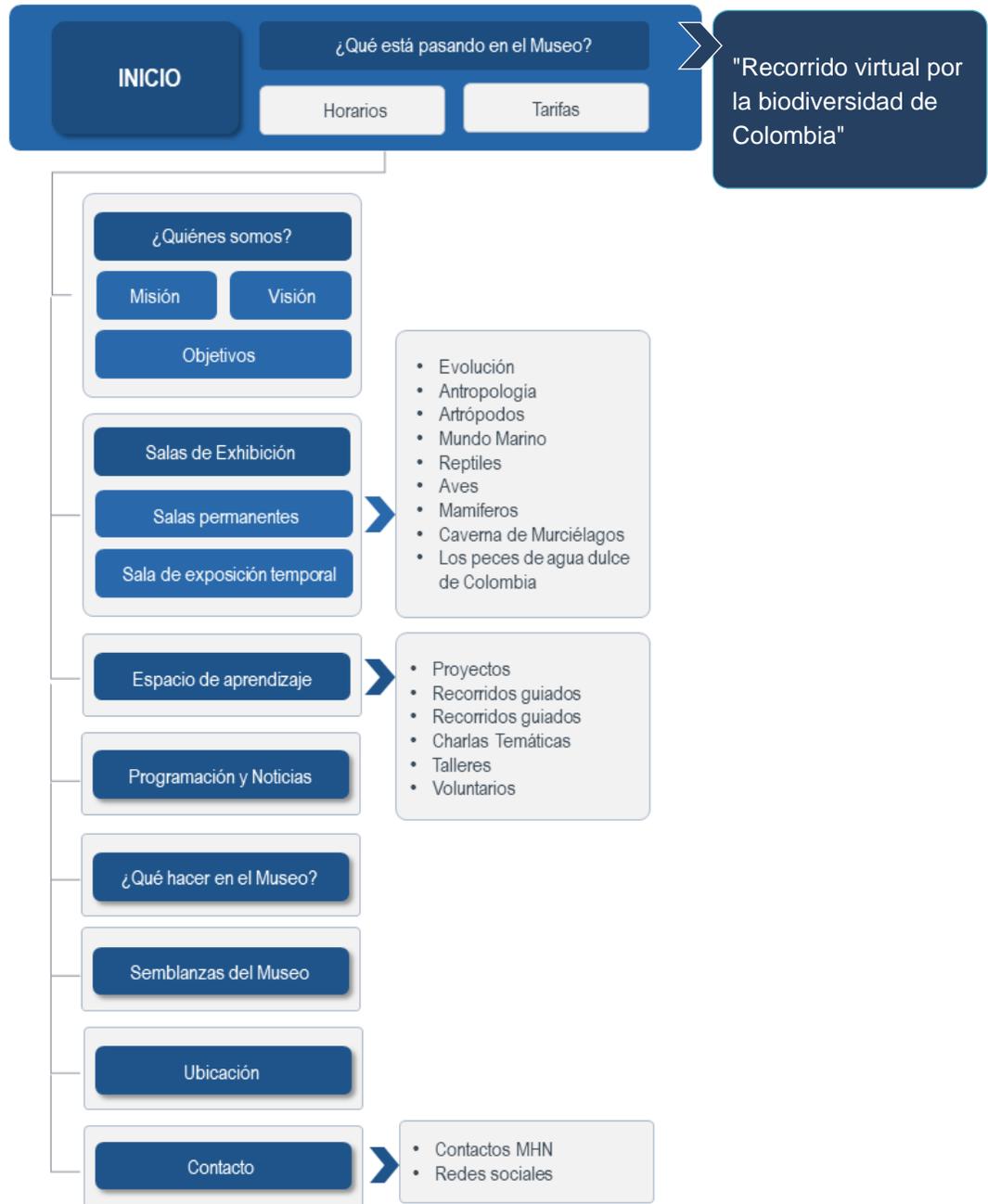
Estas secciones las plasmé en el segundo mapa del sitio que se puede ver en la figura 3-7.

Figura 3-6 Página de Inicio del sitio A «Información del Museo»



Fecha de consulta: 8 de febrero de 2021

Figura 3-7 Mapa del Sitio A «Información del Museo»



Elaboración propia. Fecha de consulta: 8 de febrero de 2021

3.2.7.3 Sitio B “Salas físicas” y Sitio C “Recorrido virtual por la biodiversidad de Colombia”

Las secciones B y C de la página web del museo se finalizaron en diciembre de 2020, como resultado del proyecto “Acercando la comunidad a la naturaleza desde la virtualidad en el Museo de Historia Natural”, que surgió como una iniciativa de colaboración entre el Museo de Historia Natural de la Universidad Nacional de Colombia y la Asociación Colombiana para la Investigación y Conservación de Ecosistemas (ACOICE) para ser presentada en la categoría “Redes colaborativas para los museos”, de la convocatoria “Beca para el fortalecimiento de la dimensión digital de los museos en Bogotá” del Instituto Distrital de Patrimonio Cultural (IDPC).

En la Figura 3-8 se puede ver la página de inicio del sitio B “Salas Físicas. A partir de la información aportada por el director y de lo consultado en la página web del museo, se elaboró el mapa de este sitio. Ver Figura 3-9. Para llevar a cabo el proyecto, el museo realizó actividades en el marco de las siguientes consideraciones⁸²:

- a. El planteamiento de la idea principal se dirigió especialmente a la presentación de aspectos concernientes a la biodiversidad colombiana distribuida por regiones naturales. Esta idea busca favorecer el aprendizaje y ser de interés para el público y para la institución.
- b. La construcción de una reflexión preliminar del por qué y el para qué se desarrolla esta idea y por qué es necesario implementarla en una plataforma virtual.
- c. La importancia de los nexos que se establecen entre el contenido y el usuario, especialmente la relación con su territorio.

Los principales logros obtenidos a través de la ejecución del proyecto son:

- a. Divulgación de la información sobre los especímenes de la fauna colombiana exhibidas en el espacio físico del MHN.
- b. Difusión de los principales componentes bióticos y abióticos de las regiones naturales de Colombia, sus amenazas y medidas de conservación.

⁸² La Información sobre consideraciones y logros, se obtuvo del proyecto “Acercando la comunidad a la naturaleza desde la virtualidad en el Museo de Historia Natural”, de lo comunicado por el director del museo y de la evidencia de su implementación.

- c. Concientización del cuidado de la naturaleza.

La implementación del proyecto digital comprende:

- a. Desarrollo del sitio en la página web del museo. Las páginas de inicio de las secciones B y C se pueden apreciar en las Figuras 3-8 y 3-10, mientras que los mapas del sitio se pueden ver en las Figuras 3-9 y 3-11.
- b. Elaboración de infografías interactivas: regiones naturales de Colombia, especímenes exhibidos en el MHN.
- c. Ilustraciones digitales a color y en blanco y negro de los especímenes más representativos de la colección del museo, con diferentes capas de información.
- d. Fotografías de las salas y especímenes del museo físico.
- d. Aplicación de códigos QR (Quick Response, respuesta rápida en español) a algunos objetos del Museo como recurso de complemento informativo y de conexión con el sitio virtual.
- e. Desarrollo de fichas documentales, elaboración de contenidos.

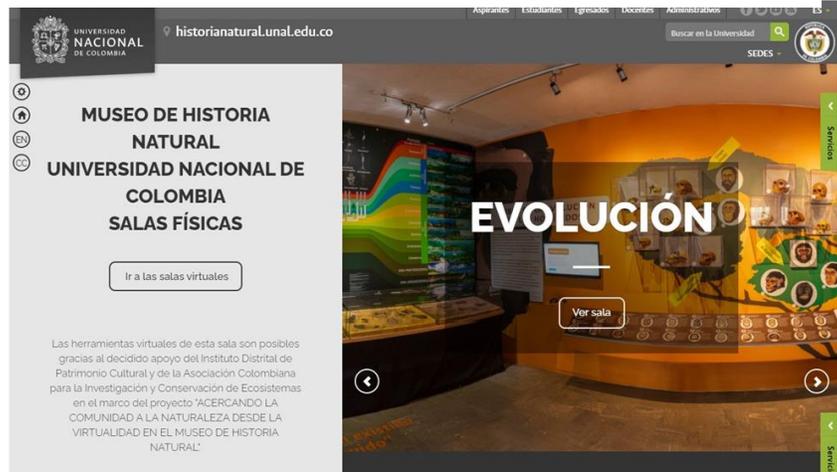
Estructuración de un Plan Estratégico de Comunicaciones⁸³ para el acceso y la divulgación del proyecto. Dentro de algunas actividades del plan se tienen las siguientes actividades.

- Elaboración de una campaña de expectativa.
- Diseño y circulación de material divulgativo físico y digital en diferentes medios, incluidos el Sistema de Divulgación de la Facultad de Ciencias, la Unidad de Medios de Comunicación de la Universidad Nacional de Colombia – UNIMEDIOS y las redes sociales del MHN, Twitter, Facebook, Instagram, canal YouTube.

⁸³ Información obtenida de la reunión del equipo de trabajo del proyecto, realizada el 28 de octubre de 2020

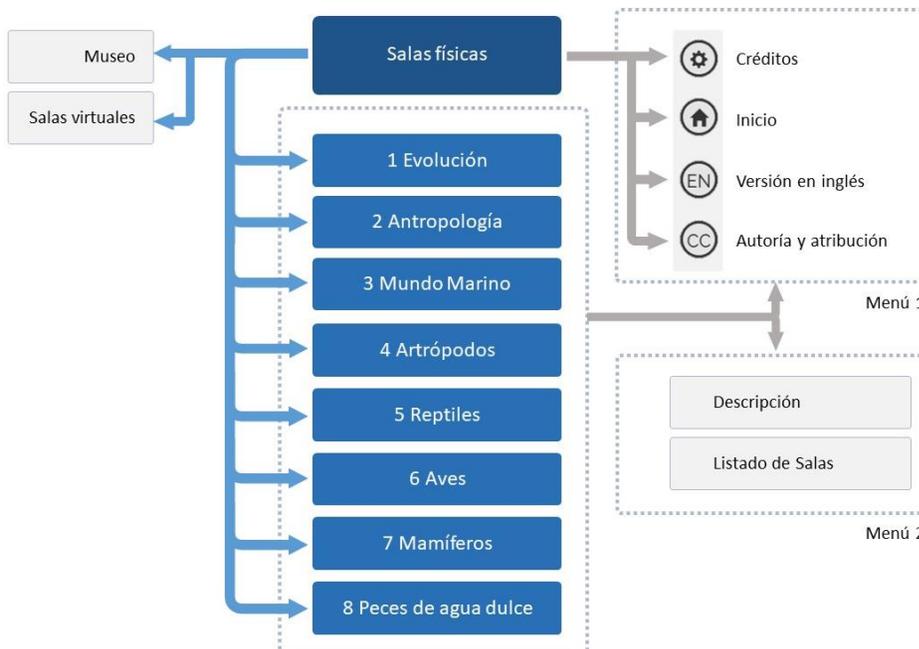
- Difusión de la información del proyecto a través de UN radio, postmaster de la UNAL y comunicados de prensa.

Figura 3-8 Página de inicio del sitio B “salas físicas”



Fecha de consulta: 8 de febrero de 2021

Figura 3-9 Mapa del sitio B «Salas físicas»



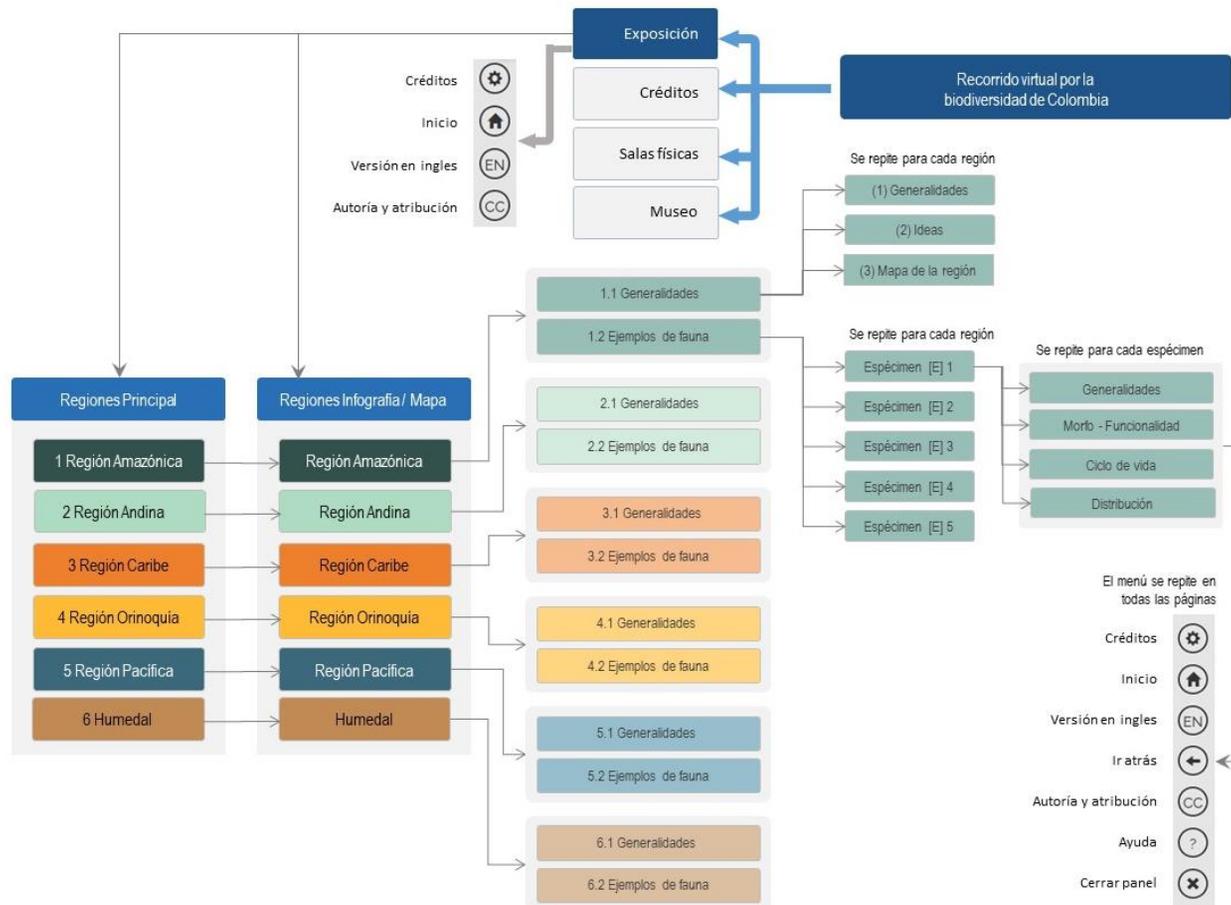
Elaboración propia. Fecha de consulta: 8 de febrero de 2021. Las páginas web de cada sala (1 Evolución, 2 Antropología, 3 Mundo Marino, etc.) cuentan con el menú 1 y el menú 2.

Figura 3-10 Página de inicio del sitio C “Recorrido por la Biodiversidad de Colombia”



Fecha de consulta: 8 de febrero de 2021.

Figura 3-11 Mapa del sitio C “Recorrido Virtual por la Biodiversidad de Colombia”



Elaboración propia. Fecha de consulta: 8 de febrero de 2021.

Como parte de las actividades del voluntariado, se realizaron una serie de observaciones sobre algunas deficiencias que se identificaron en la implementación de la página, que pueden afectar la experiencia del usuario. Una de estas, tiene que ver con el acceso a algunas secciones del sitio web.

3.2.7.4 Redes sociales

En la búsqueda de una definición de red social, se encontró una muy completa en el Diccionario Panhispánico del Español Jurídico (s.f.)⁸⁴:

“Servicio de la sociedad de la información que ofrece a los usuarios una plataforma de comunicación a través de internet para que estos generen un perfil con sus datos personales, facilitando la creación de comunidades con base en criterios comunes y permitiendo la comunicación de sus usuarios, de modo que pueden interactuar mediante mensajes, compartir información, imágenes o vídeos, permitiendo que estas publicaciones sean accesibles de forma inmediata por todos los usuarios de su grupo”.

Las redes sociales como instrumento clave de comunicación han permitido al museo llegar a múltiples y variadas audiencias, han logrado promover la identificación y conexión de comunidades con iguales intereses, desarrollar diferentes labores de divulgación sobre conocimiento y descubrimiento de la biodiversidad colombiana, y a la vez difundir propuestas lúdicas para potenciar procesos de aprendizaje. Las redes sociales usadas por el museo son:

- **Facebook**

Facebook es la red social con más usuarios del mundo, está enfocada a una comunicación emocional y cercana con los usuarios y seguidores. Mediante campañas promocionales busca crear tráfico hacia el sitio web oficial de la entidad.

⁸⁴ El Diccionario Panhispánico del Español Jurídico, es una herramienta en línea de acceso gratuito, que abarca el lenguaje jurídico de la comunidad hispanoamericana, y que enlaza directamente con las legislaciones de los distintos países que la conforman.

La página de Facebook “Museo De Historia Natural - Universidad Nacional de Colombia” <https://www.facebook.com/MuseoHNunal> se creó el 9 de septiembre de 2016. El usuario del museo en esta red es @MuseoHNunal.

En junio de 2021 la red del MHN tuvo 7.114 seguidores. El museo procura hacer tres publicaciones en la semana.

Figura 3-12 Página principal de la cuenta de Facebook del Museo de Historia Natural



Fecha de consulta: 6 de febrero de 2021

- **Twitter**

El tipo de contenido que se publica en Twitter es de carácter informativo. Mediante esta red se puede seguir tendencias e hilos de conversación. En Twitter se restringe cada mensaje a 280 caracteres y se permite integrar contenido multimedia.

La cuenta del museo en Twitter es Museo de Historia Natural - Universidad Nacional, el enlace para acceder a su canal es <https://twitter.com/MuseoHNUnal>, su usuario es @MuseoHNUnal. El MHN se unió a esta red en septiembre de 2012, publica aproximadamente tres Tweets por semana logrando 689 Tweets a junio de 2021. En esta misma fecha contó con 1.333 seguidores.

Figura 3-13 Cuenta de Twitter del Museo de Historia Natural



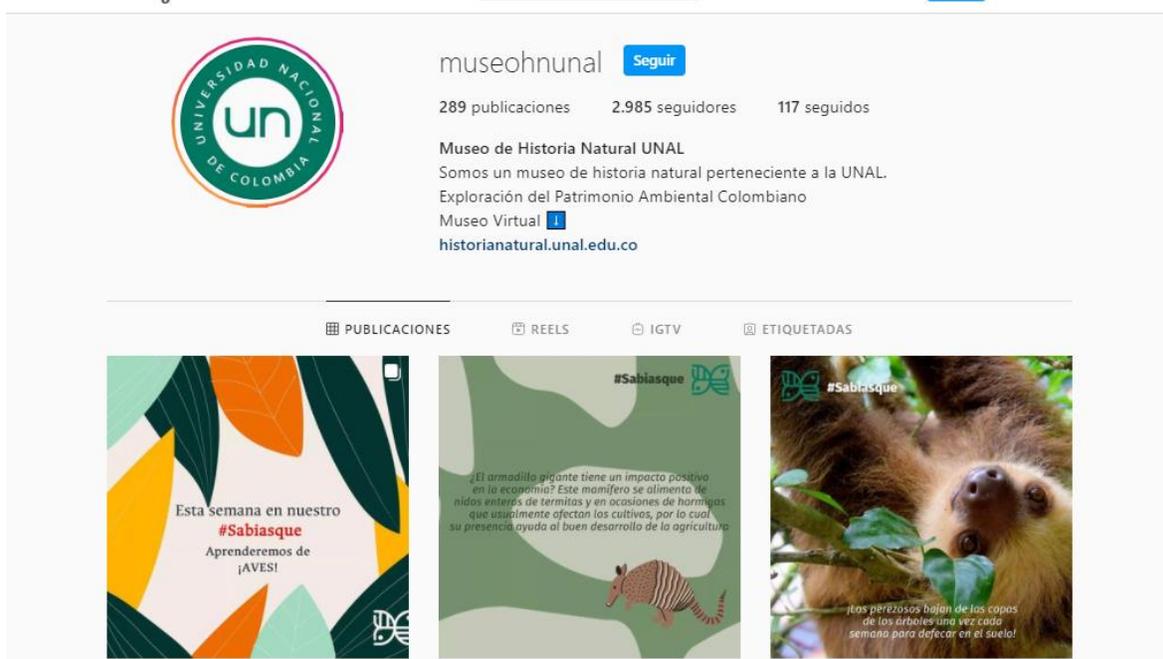
Fecha de consulta: 6 de febrero de 2021

▪ Instagram

Instagram es una aplicación orientada especialmente a teléfonos inteligentes, que está dirigida a registrar y compartir en la red fotografías realizadas en momentos específicos. Es una aplicación que se puede utilizar para acercar la marca de la entidad a los usuarios. Su comunicación es más emocional que la de Facebook.

La cuenta del MHN en Instagram es Museo de Historia Natural UNAL, se puede visitar en el enlace: <https://www.instagram.com/MuseoHNunal/>. En junio de 2021 el MHN alcanzó las 364 publicaciones en la red desde que se vinculó a la red en 2016. Así mismo en esta fecha tuvo 3146 seguidores. Procura hacer 3 intervenciones por semana.

Figura 3-14 Cuenta de Instagram del Museo de Historia Natural



Fecha de consulta: 6 de febrero de 2021

▪ YouTube

YouTube es una plataforma de videos que ocupa el segundo lugar con mayor número de usuarios, después de Facebook. A través de esta red, los usuarios pueden compartir, ver y comentar contenidos. De igual manera, se puede utilizar como instrumento de publicidad.

El MHN se unió al canal de YouTube en mayo de 2020. En junio de 2021 alcanzó los 183 suscriptores y logró la publicación de 17 videos agrupados en 3 listas de reproducción con alrededor de 2800 visualizaciones. Generalmente se hace una publicación al mes.

Las listas de reproducción creadas por el museo en el canal tienen una acción de enseñanza-lúdica en temáticas sobre biota colombiana: actualmente tiene tres listas: elaboración de animales con material reciclado, representación de animales utilizando la técnica teatro de sombras y construcción de animales en origami. Los videos aportan información adicional con datos curiosos, hábitat, distribución y amenazas de cada especie.

El enlace para acceder al canal del museo es:

<https://www.youtube.com/channel/UCpkaRMk9a6omle4OTayOrTQ>

Figura 3-15 Canal de YouTube del Museo de Historia Natural



Fecha de consulta: 6 de febrero de 2021

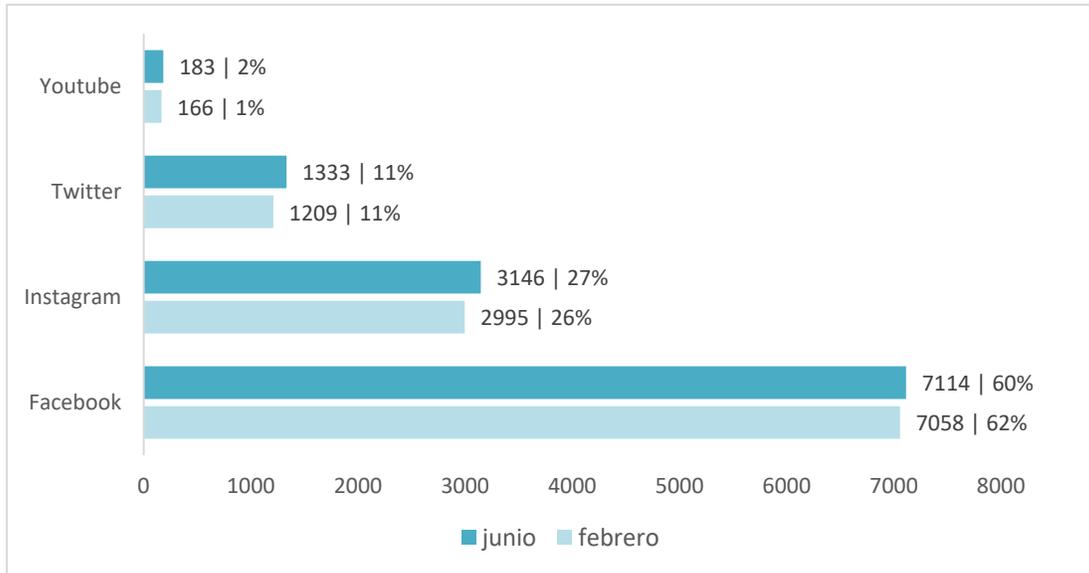
▪ **Gestión de las redes sociales del Museo de Historia Natural**

El Museo desarrolla una serie de actividades para su crecimiento, fortalecimiento y mejora constante, adaptándose, en la medida de sus posibilidades, a las actuales demandas de comunicación digital. Para conocer un poco más acerca de la gestión de las redes sociales del MHN, planteé una serie de preguntas al director del museo. A partir de sus respuestas, se identificó que el MHN procura llevar a la práctica las siguientes acciones, para dar respuesta a las expectativas y necesidades de los usuarios internautas:

- a. Definición de los objetivos y metas que se quieren alcanzar a través de cada una de las redes.
- b. Planeación y programación de tareas para la implementación de cada una de sus redes sociales.
- c. Elaboración de una parrilla de contenidos para organizar y conocer los mensajes a comunicar. El contratista y los voluntarios que trabajan en el museo desarrollan la información a publicar en cada red. La revisión de estos textos es realizada por el director del museo.
- d. Identificación de los formatos apropiados para la difusión del museo o como soporte a los contenidos en cada red, imágenes, infografía y videos.
- e. Caracterización del público a quien va dirigida cada red.
- f. Identificación de museos u otras instituciones de ciencias naturales con redes similares.
- g. Realización de actividades que permiten la interacción con los ciberusuarios.
Ejemplo en Instagram: Concurso para ganar eco-pack del MHN.

El Museo a futuro realizará el seguimiento del cumplimiento de los objetivos y actividades planificadas y la medición y el análisis de sus resultados por medio de la construcción de indicadores. Esto contribuirá, entre otras cosas, a determinar cuál es el tema de mayor interés en cada red, reforzar o depurar algunos contenidos, conocer el tiempo de respuesta a los usuarios, evaluar la presencia del museo en internet e identificar aspectos que lo diferencien de otros museos.

Para conocer el número de seguidores por red o suscriptores en el caso de YouTube, realicé la consulta en cada red social implementada por el museo en los meses de febrero y junio, ver información en la Figura 3-16. El canal que presenta el mayor número de seguidores en junio es Facebook con 7114 que representa el 60% del total de seguidores y la red con menor número es YouTube con un 2% correspondiente a 183 suscriptores, esto se debe posiblemente al corto tiempo que lleva el canal abierto en internet. Respecto al porcentaje, YouTube subió del 1% al 2%, Instagram del 26% al 27%, Twitter se mantiene constante con 11% y Facebook pasa del 62% al 60% del total de seguidores. Este análisis es primordial porque permite descubrir nuevas oportunidades y establecer y mejorar las estrategias de comunicación del museo.

Figura 3-16 Número de seguidores del Museo de Historia Natural por red social

Fecha de consulta: 6 de febrero de 2021 y 19 de junio de 2021

3.2.7.5 Digitalización de la colección del Museo de Historia Natural

El Museo alberga cerca de 2000 ejemplares representativos de la riqueza biológica colombiana. Difiere de otras instituciones denominadas «Museo de Historia Natural», por las particularidades presentadas al momento de su creación. El MHN no hace coleccionismo, la gestión de la colección del Museo se orienta a una mínima representatividad de las especies en Colombia con fines expositivos solamente.

El MHN tiene digitalizada la base de datos de sus colecciones en la plataforma Colecciones Colombianas de acuerdo con los parámetros establecidos por el Museo Nacional de Colombia en el marco del Programa de Fortalecimiento de Museos.

- **Sistema de Información sobre Biodiversidad (UNSIB)**

El sistema de información UNSIB, tiene como fin integrar, facilitar la gestión y dar mayor visibilidad a la información depositada en cada una de las colecciones científicas de la Universidad Nacional de Colombia. El sistema incluye colecciones de organismos preservados, vivos (jardines botánicos, estaciones biológicas, reservas, senderos), colecciones moleculares, arboretos y un registro actualizado de la información taxonómica y molecular de especies colombianas⁸⁵.

El registro de la colección del Museo de Historia Natural en el Sistema de Información institucional sobre Biodiversidad, se puede consultar en el siguiente enlace: <http://www.hermes.unal.edu.co/pages/Consultas/Coleccion.xhtml?idColeccion=202>Incluye

⁸⁵ ¿Qué es UNSIB - Sistema de Información sobre Biodiversidad?
<http://investigacion.unal.edu.co/unsib/unsib/que-es-unsib/>

. Este buscador muestra información sobre descripción, cobertura, tipos de conservación, nivel de catalogación, sistematización e identificación, personal asociado a la colección, etc.

Figura 3-17 Colección del MHN registrada en UNSIB

Sistema de Información de la Investigación | Universidad Nacional de Colombia
Hermes



Colección N°:
202

Acróniko:
MHN

Tipo de colección:
Especímenes

Fecha de fundación:
1/01/2038

Infraestructura:
El museo se encuentra ubicado dentro de la ciudad universitaria de la Universidad Nacional de Colombia, Sede Bogotá, en el primer piso del ala norte del edificio 425, compartido con el Instituto de Ciencias Naturales. Dispone de 630 metros cuadrados para exposición en nueve salas permanentes y una temporal, dos espacios de almacenamiento de colección, uno de ellos también taller, y dos espacios para actividades administrativas. Comparte con el Instituto de Ciencias Naturales un espacio abierto y una batería de baños.

Aplicativo/base de datos:
Colecciones Colombianas

Colecciones Biológicas
UN



Colección del Museo de Historia Natural

[Descripción](#) | [Cobertura](#) | [Tipos de preservación](#) | [Nivel de catalogación, sistematización e identificación](#) | [Personal asociado a la colección](#)

Descripción

El Museo de Historia Natural de la Universidad Nacional de Colombia tiene como objetivo la promoción y divulgación del patrimonio ambiental colombiano incluyendo en el tanto la biodiversidad misma como el historial de los primeros pobladores del país en su interacción con esa diversidad. Por otra parte, la divulgación de conocimiento científico en estos temas, así como de las colecciones de especímenes biológicos y arqueológicos con propósitos investigativos, dentro de la Universidad Nacional de Colombia, especialmente del Instituto de Ciencias Naturales. Las instalaciones constan de diez salas para exposiciones, dos espacios para almacenaje de la colección, talleres y desarrollo de actividades de mantenimiento y montaje así como dos espacios para manejo administrativo.

Cobertura

- > [Cobertura taxonómica](#)
- > [Cobertura geográfica](#)
- > [Cobertura temporal](#)

Tipos de preservación

Esqueletizado	Se tienen montados los esqueletos de varios ejemplares de mamíferos, aves, anfibios, reptiles y peces
Pinned/Montaje en alfileres	Para artrópodos se tiene material en seco siguiendo los sistemas clásicos de montaje en entomología

Fecha de consulta: 6 de febrero de 2021 y 19 de junio de 2021

3.2.7.6 Presencia del MHN en otros sitios web

Aunque no son sitios web oficiales del Museo, en las siguientes páginas se encuentran datos sobre sus orígenes, su colección y otra información que valdría la pena revisar e incluir en los lugares electrónicos de la institución.

- **Dirección de Patrimonio Cultural de la Universidad Nacional de Colombia.**

Esta dirección es una instancia de la UNAL que establece políticas, adopta planes, programas y proyectos institucionales, que permitan generar nuevas interacciones entre la educación y la cultura, que contribuyan a la construcción de ciudadanía y al mejoramiento del tejido social⁸⁶.

<http://patrimoniocultural.bogota.unal.edu.co/menu-principal/claustro/colecciones-patrimoniales/museo-de-historia-natural.html>

- **Wikipedia**

Enciclopedia digital de libre acceso, cuyos contenidos son elaborados de manera colaborativa. En este lugar se encuentra una breve descripción del museo, su historia, sus salas de exhibición, su grupo de trabajo y las actividades que realiza.

https://es.wikipedia.org/wiki/Museo_de_Historia_Natural_de_la_Universidad_Nacional_de_Colombia#cite_ref-1

3.2.8 Usuarios del Museo

Los usuarios del museo físico son estudiantes de preescolar, primaria, secundaria y de universidad; turistas, familias, personas de la tercera edad y población campesina. Como se indica, el museo está dirigido a todo tipo de público especialmente jóvenes, no obstante, se sugiere analizar las plataformas y los servicios digitales del museo, profundizando más en este tema y así identificar el segmento del público, el interés de la visita virtual, el tipo de recorrido, el número de personas que realizarán la visita, entre otros aspectos.

⁸⁶ Misión de la Dirección de Patrimonio Cultural de la UNAL, <http://patrimoniocultural.bogota.unal.edu.co/menu-principal/quienes-somos.html>

3.2.9 Análisis DAFO y CAME de la virtualización en museos y exposiciones

Dentro de las actividades del voluntariado, se realizó en conjunto con el director del museo un análisis DAFO (Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades) para considerar varios aspectos al momento de implementar o mejorar la virtualización del museo y un análisis CAME (Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar) y definir las acciones a tomar a partir de los resultados del DAFO (Tabla 3-2):

Tabla 3-2 Análisis DAFO y CAME virtualización museos

Debilidades	Corregir
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pérdida de la comunicación fática o relacional. No hay posibilidad de establecer un contacto inicial con el otro para dar paso a la transmisión del mensaje. 2. Dificultades de conexión con el visitante tradicional y con personas que tienen un tipo de aprendizaje mediante el movimiento del cuerpo y la experimentación de sensaciones físicas. 3. Necesidad de altas y complejas competencias técnicas y altos costos asociados al doble desarrollo <i>on line</i> y <i>off line</i>. 4. En algunas personas se puede generar cansancio en la visión después de ver la pantalla de los dispositivos como tabletas, computadoras, o teléfonos inteligentes. 5. Posiblemente se vuelva tedioso después de un determinado tiempo de visita, debido entre otras 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Si bien no es fácil tener una comunicación relacional con el usuario, y aunque la comunicación se mantiene constantemente con los usuarios mediante las opciones que ofrecen las redes sociales, se debería crear una estrategia para promover el uso del chat del museo, y que este sea incluido en alguna sección de la exposición virtual y así brindar un canal de contacto permanente con el usuario, procurando dar respuestas en corto tiempo. <div data-bbox="711 1184 1049 1402" style="text-align: center; margin: 10px 0;">  </div> 2. A través de la virtualización se debería incentivar la visita al museo físico, y viceversa para generar en el visitante tradicional otras formas y opciones de visitar el museo. Un primer paso que se propone en el proyecto «Acercando la comunidad a la naturaleza desde la virtualidad en el Museo de Historia Natural» es la implementarán códigos QR en los especímenes de la colección exhibidos en el museo. 3. Buscar otras alternativas de financiación similares a la propuesta en la «Beca para el fortalecimiento de la dimensión digital de los museos en Bogotá» y continuar con la vinculación de estudiantes o voluntarios con conocimientos en el desarrollo de aplicativos digitales

Debilidades	Corregir
<p>causas a la falta de actividad física.</p> <p>6. No permite un conocimiento más detallado de las características de los públicos y sus necesidades o intereses.</p>	<p>para solventar, hacer sostenible y dar continuidad al museo <i>on line</i>.</p> <p>4. Una forma de disminuir la fatiga visual es, en la medida de lo posible y en el marco de las directrices institucionales para el diseño de páginas web, optimizar los recursos visuales usados en la página web, por ejemplo, aplicando un tipo y tamaño de fuente adecuado, y permitiendo su ajuste de acuerdo al dispositivo electrónico. Así mismo posibilitar el uso de «modo nocturno» en la página web para disminuir el brillo de la pantalla.</p> <p>5. Promover el descanso y el movimiento durante la visita al sitio. Podría ser pidiendo al usuario la simulación del movimiento de un animal o de otras actividades.</p> <p>6. Elaborar análisis y estudios de públicos, identificando su motivación e intereses y aplicar encuestas de satisfacción para mejorar los contenidos virtuales.</p>

Amenazas	Afrontar
<p>1. Pérdida de potencialidades de los espacios y elementos físicos al reproducirlos virtualmente. La virtualidad sugiere una forma de comunicación sin el objeto.</p> <p>2. Disminución de la importancia de la exposición <i>in situ</i>.</p> <p>3. Disminución en las visitas al museo físico.</p> <p>4. Descenso de los ingresos económicos obtenidos a través de las entradas al museo, afectando su sostenibilidad.</p> <p>5. Posible discriminación de los visitantes que no tengan acceso a internet o sin conocimientos en el uso de plataformas digitales. Inconvenientes asociados a brechas digitales y a la conectividad.</p> <p>6. Posibles problemas relacionados con</p>	<p>1. Definir estrategias para dar la suficiente importancia al objeto físico (su aura, su dimensión) y al elemento virtual. No deberían competir, habrían de complementarse y aumentar el significado de la colección.</p> <p>2. La visita virtual debe incentivar la visita al museo, la virtualidad debe hacer que se aumenten las expectativas del visitante. El sitio físico es un lugar de encuentro. ¿Cómo aumentar la oferta de servicios, para que el usuario deba y le guste ir al museo? ¿Qué estrategias establecer para disminuir el número de cibernautas pasajeros?</p> <p>3. Identificar bienes y servicios virtuales que puedan ser comercializados y así obtener otra fuente de recursos.</p> <p>4. Identificar las causas asociadas a las brechas digitales para determinar acciones para minimizarlas. El museo podría generar programas de alfabetización digital. Otro aspecto podría estar relacionado con la falta de conectividad en regiones apartadas, una estrategia sería contactar a los gobiernos locales para que en sus espacios se difunda la información del museo.</p> <p>5. Aunque las publicaciones son en gran parte del museo, la amenaza relacionada con derechos de autor se viene afrontando a través de la revisión permanente de los contenidos que se publican. El museo conoce y aplica los derechos como autor y deberes como usuario al momento de utilizar y compartir información en internet, eso incluye el uso de Redes Sociales.</p>

Amenazas	Afrontar
derechos de autor y copyright.	

Fortalezas	Mantener
<ol style="list-style-type: none"> 1. Las visitas se pueden realizar a cualquier hora y desde cualquier lugar geográfico. 2. Se incrementan las capacidades de comunicación del museo. 3. Es una visita multisensorial, que incluye imágenes, textos, audios y videos con flexibilidad y capacidad de intermedialidad⁸⁷ que además perdura en el tiempo. 4. Permite el acercamiento, la visualización en detalle y desde otra perspectiva de las especies y los contenidos. 5. Acorta los tiempos de movimiento entre salas. 6. Potencia la decisión sobre el tiempo de la interacción individual. 7. Ofrece nuevas formas de relación e interacción. 8. Implica costos relativamente bajos comparados con la implementación y mantenimiento de otros medios expositivos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Al estar disponible el sitio 24 horas al día en diferentes lugares geográficos hay que ser cuidadosos con la atención al visitante, especialmente con el chat y con las redes sociales. En los periodos vacacionales o en los fines de semana se puede perder contacto con el público. 2. Si bien los canales de comunicación aumentan, se requiere una mayor disponibilidad en la atención. Una respuesta tardía podría generar una mala impresión. De acuerdo al número de visitas o consultas se necesitaría personal exclusivamente dedicado a esta tarea. 3. Las imágenes, videos, textos y audios, se configuran como un acervo multimedia del museo que debería ser custodiado, documentado, mantenido y ampliado. Estos medios deben ser usados con mesura para no saturar la visita. 4. Los medios usados para la re-creación y el acercamiento de la colección deben ser de gran calidad y muy bien documentadas. Exige un alto nivel curatorial. 5. Si bien se acortan los tiempos de desplazamiento entre salas o secciones de la página, se deben prolongar los tiempos de permanencia en estas, aumentando el interés en el contenido. 6. El internauta es autónomo en la forma que accede y en el tiempo que dedica a interactuar con los contenidos. 7. El Museo debe mantener la atención del visitante y facilitar la navegación. 8. Las nuevas formas de relación e interacción exigen constancia y cada vez ser más innovadores. 9. Los costos asociados a la implementación de plataformas virtuales pueden ser disminuidos aún más con la ayuda de estudiantes de la misma institución que requieran hacer prácticas académicas o voluntariados. 10. Es importante indicar la fecha en que se realiza la actualización de los sitios electrónicos y mantener

⁸⁷ La intermedialidad, como concepto estético, cultural y comunicativo, ampara toda aquella obra o producto que hibrida técnicas y recursos propios de más de un lenguaje artístico. (Masgrau-Juanola, M.; Kunde, K. ,2018, pp 622)

Fortalezas	Mantener
<p>9. Permite la actualización de la información de manera inmediata.</p> <p>10. Conjuga las fortalezas de los medios físicos y <i>on line</i>.</p>	<p>informado al internauta de las modificaciones. Hay usuarios que están habituados al lugar, hacer un cambio puede desorientarlo.</p> <p>11. En el proyecto se desarrollará una gran fortaleza en el museo al hacer uso de códigos QR para conectar los especímenes de las salas físicas con las secciones virtuales y así ampliar los datos del espécimen.</p>

Oportunidades	Explotar
<p>1. Al ser gratuito puede tener más visitas que el museo físico.</p> <p>2. Puede aumentar el acceso a personas con diferentes tipos de discapacidad motora.</p> <p>3. Acerca el conocimiento a públicos con dificultades de acceso por motivos geográficos, económicos o sociales.</p> <p>4. No podrían reemplazar la visita al museo <i>in situ</i>, pero si permitirían un primer acercamiento, y en casos determinados posibilitar la organización o planeación de visitas.</p> <p>5. Los servicios <i>on line</i> pueden complementar los servicios ofrecidos por el museo físico.</p> <p>6. Promueve la creatividad en los usuarios.</p> <p>7. Desarrolla nuevas narrativas museológicas.</p> <p>8. Desarrolla contenidos para grupos de visitantes con necesidades específicas.</p> <p>9. Los contenidos pueden crecer ilimitadamente.</p> <p>10. Crea comunidades, redes y espacios de discusión.</p> <p>11. Es un instrumento de mercadeo.</p>	<p>1. Aumentar la oferta de servicios y atraer y mantener nuevos públicos.</p> <p>2. Se podrían explorar alternativas de inclusión de públicos con otro tipo de discapacidad. Por ejemplo, añadir subtítulos a los videos, crear relatos o narraciones a través de audios, etc.</p> <p>3. Para ampliar el acceso, se puede pasar de una visita individual a una grupal, los contenidos deben contemplar todos los formatos, podrían ser el soporte de una exposición en un salón de clase en la ciudad o en un lugar rural. A través de la exposición se puede generar un sentido de identidad con el territorio y más aún cuando en el proyecto se presentan zonas geográficas. Un ejercicio puede ser, invitar a los internautas a subir fotografías de la fauna propia de su región.</p> <p>4. Incentivar al usuario para que visite el museo, usar los medios virtuales para divulgar nuevos servicios y sugerir recorridos. Establecer contacto directo con docentes o con líderes de grupos particulares para promover la visita al museo <i>in situ</i> dentro de sus actividades. Estos son los agentes que traen nuevos públicos.</p> <p>5. Permitir armar itinerarios «a medida» de los intereses del usuario.</p> <p>6. A través de las redes sociales o en la propia página web del museo se pueden promover actividades de participación activa del usuario, esto incentiva su creatividad. Por ejemplo, invitar a los usuarios a crear un cuento corto ilustrado con los animales de una región.</p> <p>7. Se deberían generar nuevas exposiciones con cierta periodicidad, en la que se cambie el discurso museológico. Refrescar los contenidos para que el sitio no se vuelva monótono y para que el usuario quiera volver para buscar la novedad.</p> <p>8. En un punto de desarrollo del museo y de acuerdo a los resultados del estudio de públicos, se debería poder subir un nivel en cuanto a la satisfacción de necesidades. En esta actual situación de confinamiento muchos docentes demandan contenidos para apoyar sus clases.</p>

Oportunidades	Explotar
	<p>¿Por qué no crearlos a un costo razonable? ¿Por qué no invitar a estudiantes de biología de la UNAL para que elaboren los guiones de estos sitios?</p> <p>9. Al crecer los contenidos ilimitadamente deberían tener un control, un registro y una catalogación, deberían enriquecer y fortalecer la colección física.</p> <p>10. La creación de comunidades puede complementar el punto anterior, se puede incentivar la creación de grupos para construir contenidos. Así mismo crear foros virtuales para discutir sobre temas determinados, reuniones virtuales para compartir experiencias.</p> <p>11. Es una excelente herramienta para dar a conocer el museo en diferentes plataformas y redes digitales.</p>

3.2.10 Propuesta de estructura de los Guiones Museológico y Museográfico del MHN

Dentro de esta actividad se propuso una plantilla en Excel para elaborar los guiones museológico y museográfico del sitio web del museo, esto incluye los componentes descritos en detalle en el numeral 2.3 “Sitio Web” de este documento.

- a. Información del museo
- b. Listado de las salas físicas del Museo
- c. Recorrido Virtual por la biodiversidad de Colombia.

A través de esta plantilla se plantea la estructuración del tema y sus componentes: información general de cada sección, contenido organizado y jerarquizado, piezas seleccionadas por cada tema, textos e imágenes de apoyo, complementos audiovisuales, entre otros.

Para la elaboración de estos guiones se consideraron entre otras cosas: los objetivos del museo, la plataforma, los dispositivos de lectura, el equipo de trabajo y los usuarios.

Para completar y mejorar la labor de la implementación de los guiones, es necesario que el museo tenga en cuenta unos parámetros para la construcción de su sitio web (Vela, 2012):

- a. Establecer los objetivos que se buscan alcanzar con dicho sitio web.
- b. Definir los requerimientos para cumplir con dichos objetivos.
- c. Encontrar y elegir un buen nombre de dominio. Se recomienda que el MHN atienda las directrices y especificaciones definidas por la Universidad Nacional de Colombia. Ver información en el siguiente enlace: <http://identidad.unal.edu.co/guia-de-diseno-web/b-directrices-y-especificaciones/>
En este punto cabe aclarar que el museo definió como dominio: <http://historianatural.unal.edu.co>, que es mucho más conciso que el dominio anterior: <http://ciencias.bogota.unal.edu.co/museos-y-centros/museohistorianatural/el-museo-de-historia-natural/> en este dominio aún se encuentra alojado el sitio “Información del museo”.
- d. Recopilar, redactar y procesar los contenidos del sitio.
- e. Delinear la estética que tendrá el sitio web de acuerdo a las directrices de la Universidad Nacional de Colombia y con un diseño que refleje y comunique las fortalezas del museo que se desean transmitir. En este aspecto se aclara que el museo hace uso de la plantilla web institucional.
- f. Con el diseño elaborado y aprobado, maquetar el sitio en el lenguaje de programación establecido por la institución.
- g. Contemplar aspectos de usabilidad, funcionabilidad y accesibilidad en el diseño. En la medida de lo posible implementar la norma técnica colombiana NTC 5854:2011
- h. Cumplir con los estándares para mejorar la compatibilidad con distintos navegadores y dispositivos (Smartphones, PCs y tabletas)
- i. Incorporar textos, fotos, noticias, banners y toda la información imprescindible para el sitio web.
- j. Programar y hacer seguimiento de las interacciones del usuario y controlar el resto de las funcionalidades del sitio.

3.3 Consideraciones sobre la implementación electrónica de un Museo

3.3.1 Funcionamiento de un museo virtual

El funcionamiento de un museo, como indica Ochoa (2017), viene dado por 5 funciones tradicionales: la custodia, la conservación, la exposición, la investigación y la difusión del patrimonio. Los nuevos estudios muestran que los museos son espacios que participan en el desarrollo de la sociedad y que coadyuvan a la gestión integral del patrimonio. Ante esto se despliegan seis funciones adicionales del museo: reactivación del patrimonio, que involucra la comunicación entre el patrimonio, el público y el territorio y la gestión de espacios y objetos; dinamización turística; dinamización cultural; protección del patrimonio; atracción del público y el desarrollo local. En este nuevo concepto de museo, el sentido de estas instituciones viene dado principalmente por sus piezas, sus visitantes y por su interacción con estos.

Considerando el informe Estudio de público digital (Museo de Antropología, 2021) se identifican otros elementos que deben ser considerados en el funcionamiento actual de un museo virtual:

- a. El contenido de las páginas web de museos está relacionado generalmente con la visita física al museo, posee información sobre horarios, tarifas, datos sobre las salas, etc. La comunicación, comparada con las redes sociales, es limitada y unidireccional, basada por lo regular en la navegación por menús.
- b. Las redes sociales han facilitado a los museos difundir sus contenidos digitales y sus actividades y han ayudado a incrementar el nivel de interacción con sus usuarios. En el estudio se identifica que Instagram y YouTube. tuvieron un ascenso significativo en su uso por parte de los usuarios, mientras que Facebook se estancó. Los correos electrónicos, también han aportado a la comunicación con las audiencias del museo.

Otro aspecto a considerar, son las razones por las que las personas emplean sus dispositivos electrónicos en los museos físicos, algunas veces son usados para tomar

fotografías, en otras ocasiones para compartir su experiencia en las redes sociales, para buscar o ampliar información sobre un objeto, artista o una obra de arte, para descargar las aplicaciones o usar los recorridos web móviles.

Adicional a sus labores propias, en los museos hay que abordar tareas que exigen otro tipo de competencias del personal para lograr la virtualización de sus actividades y contenidos. Por una parte, es indispensable contar con al menos: un diseñador, un profesional con experiencia en desarrollo de espacios virtuales, un curador de contenidos y con un gestor de redes sociales. Museos como el MHN, hacen un gran esfuerzo para avanzar en la virtualización de los museos, dado que no cuentan con suficientes recursos humanos, técnicos y financieros. Se hace indispensable desarrollar una encuesta que posibilite la caracterización de los perfiles de los profesionales que laboran en los museos y la conformación de los equipos de trabajo, para identificar las necesidades de personal y de formación en diferentes campos museales.

Como muestran los resultados de la encuesta “Situación de los Museos de Bogotá durante la Pandemia Covid-19”⁸⁸, la sostenibilidad financiera de estas instituciones pudo verse afectada notablemente ya que, por el confinamiento causado por la pandemia, varias de sus actividades se suspendieron temporalmente. El 56% de los recursos que financian los museos provienen de ingresos obtenidos por venta de bienes y servicios, como son la venta de boletería, alquiler de espacios, venta de publicaciones, etc. De acuerdo a la encuesta, los museos presentaron otras dificultades en cuanto a las pérdidas en recursos de inversión, sostenimiento del equipo humano, carencia de herramientas digitales y ruptura del vínculo con los públicos.

3.3.2 Retos

La situación presentada por la pandemia causada por la COVID-19 y el desarrollo de plataformas tecnológicas, está afectando la forma de relacionarnos y comunicarnos. Para adaptarse a estos cambios y mantener vigencia, el museo tiene que afrontar una serie de retos:

⁸⁸ El propósito de la encuesta realizada por la Mesa Temática de Museos de Bogotá, fue conocer el estado actual de los museos de Bogotá durante la Pandemia por COVID-19.

- a. Fortalecer la combinación entre las visitas en sitio y las actividades online.
- b. Promover la cocreación, como una estrategia que permita al museo ser más participativo y que se relacione aún más con la sociedad.
- c. Involucrar al usuario de una manera más cercana y emocional con la marca del museo.
- d. Generar estrategias que posibiliten en las redes sociales y en el sitio web una comunicación bidireccional con los usuarios. Preferir contenidos que sean cercanos a los públicos. Establecer estrategias para incrementar el vínculo con los públicos y atraer nuevamente a los usuarios del museo físico y animar a los usuarios a seguir los canales del museo.
- e. Crear nuevas estrategias de vinculación comunitaria a distancia.
- f. Hacer uso de las herramientas digitales para fortalecer la retoma de la programación educativa y cultural del museo.
- g. Incrementar los formatos audiovisuales, para fortalecer los contenidos publicados en sitios web y redes sociales como YouTube, Instagram, Facebook, etc. y mejorar las guías de audio. Por ejemplo, el Museo del Prado publica videos en directo, comentando obras y curiosidades del museo en su cuenta de Instagram @museoprado.
- h. Potenciar las herramientas para conocer las necesidades y la satisfacción de los visitantes tanto físicos como virtuales, esto incluye realizar un mapeo del viaje del visitante. El Museo Nacional de Antropología de España, publicó en un estudio de público digital considerando las condiciones generadas por la pandemia durante 2020.
- i. Promover la realización de encuestas periódicas a nivel país y ciudad, sobre la implementación y el uso de canales electrónicos, sobre el personal del museo y sobre el público digital, que permita comparaciones en diversos momentos, por ejemplo, la situación de los museos durante y después de la pandemia. Así mismo, es necesario contar con una plataforma que posibilite el acceso permanente a sus resultados.

- j. Aprovechar el User Generated Content⁸⁹, para conocer el punto de vista y opinión de los usuarios, por otra parte, esto posibilita la identificación de temas de debate. Aplicar las herramientas de estadísticas de Google Analytics y otros mecanismos similares, para escuchar y recibir retroalimentación por parte de los usuarios.
- k. Incentivar el uso del comercio electrónico para la venta de productos y servicios, lo que implica crear o mejorar la tienda online del museo y diversificar sus medios de pago, por ejemplo a través de PSE⁹⁰.
- l. Ante la nueva realidad, los medios virtuales ayudan a promover y difundir medidas para el acceso y disfrute del espacio físico del museo, como por ejemplo los protocolos de bioseguridad, los procedimientos para el agendamiento de visitas de acuerdo al máximo aforo permitido, etc.
- m. En los museos de carácter público, incitar la transparencia⁹¹ digital, con el fin de conocer la información y el desempeño del museo.
- n. Uno de los desafíos que tiene el museo virtual, es contribuir a la reducción de brechas en torno al acceso a las tecnologías e internet.
- o. Vincular profesionales especializados o entrenar personal para mejorar el conocimiento y competencias en TICs.
- p. Procurar cumplir estándares y directrices institucionales en el diseño de sitios web y en la creación de cuentas en redes sociales. Por ejemplo, tener un diseño responsivo para que la navegación de los sitios se puede hacer desde un móvil o una computadora
- q. Gestionar recursos para poder financiar las actividades encaminadas a la virtualización del museo.
- r. Definir mecanismos para hacer seguimiento a los planes propuestos para la virtualización del museo y para la evaluación del desempeño del museo en redes sociales.

⁸⁹ El término User Generated Content – UGC, se refiere a la generación de contenidos en redes sociales por parte de los usuarios.

⁹⁰ PSE es un servicio que permite realizar compras o pagos debitando de la cuenta de ahorros o corriente.

⁹¹ De acuerdo al Departamento Administrativo de Función Pública, la transparencia es un principio de la administración pública, que propende por la democratización y libertad de acceso a la información y la inclusión ciudadana.

3.3.3 Reflexión de la virtualización en el Museo de Historia Natural

A partir de la misión, la visión, los objetivos del Museo y las funciones esenciales de una institución museística, se plantean las siguientes preguntas y reflexiones para ser analizadas, y de ser pertinentes, considerarlas en un futuro plan de trabajo o mejora del Museo.

- ¿Cómo divulgar a través de estos espacios electrónicos, información sobre la evolución de los organismos, la adaptación, la diversidad cultural colombiana, la conservación de las especies y los ecosistemas, el desarrollo cultural de los grupos humanos prehispánicos que ocuparon el territorio colombiano y su relación con el ambiente, la relación de la biodiversidad con el hombre en el pasado y en el presente?
- ¿Cómo garantizar la calidad en la prestación del servicio del museo?
- A través de estas herramientas, ¿cómo podría el MHN liderar a nivel nacional y latinoamericano la proyección e intercambio de experiencias en el conocimiento, la investigación y la creatividad en las ciencias naturales?
- ¿Cómo divulgar, a través del sitio web museo, las investigaciones que se realizan en el Instituto de Ciencias Naturales relacionadas con la colección?
- ¿Cómo proporcionar a maestros y colegios de educación formal, no formal e informal un espacio de aprendizaje que motive y estimule indirectamente el interés de los estudiantes?
- En la sección de este documento que habla sobre virtualización y transformación digital, cabe preguntarse si a futuro el MHN va a mejorar su gestión u organización haciendo uso de las TIC o solo se usarán como un instrumento de aprendizaje y de comunicación.
- Aunque la función de exhibir esté generalmente relacionada con el acercamiento del público al objeto físico, la virtualización debe permitir, con elementos explicativos, dar sentido, significación y contexto a la colección. La exhibición virtual debe estructurarse desde lo museal, fortaleciendo su guion narrativo con un soporte científico sólido, y una visualización lógica y comprensible para todo nivel de público.

3.3.3.1 Consideraciones respecto al Equipo de trabajo

Parte del equipo de trabajo que desarrolló el proyecto “Acercando la comunidad a la naturaleza desde la virtualidad en el Museo de Historia Natural”, se debería mantener y ser fortalecido con un área de educación, que se haga cargo de generar experiencias que permitan complementar y confrontar los conocimientos en el área de ciencias naturales adquiridos a través de la educación formal e informal, y de la utilización pedagógica de la colección del museo, a través de propuestas formativas como cursos, talleres, conferencias, etc. Para esto se recomienda aprovechar la experiencia que ACOICE tiene en la elaboración de herramientas pedagógicas para el aprendizaje, la apropiación del patrimonio natural y el cuidado y la conservación de la naturaleza. Adicionalmente, esta área debería encargarse de hacer un estudio de públicos periódico, para conocer, entre otras cosas, a quiénes van orientadas estas actividades.

Así mismo, se debería considerar la vinculación de un gestor de redes sociales que establezca y ejecute estrategias para lograr la comunicación directa con la comunidad internauta, se encargue de gestionar nexos entre la institución y sus usuarios y genere contenidos viralizables de interés para diferentes públicos.

3.3.3.2 Otros servicios a virtualizar en el museo

Adicional al sitio electrónico actualmente publicado, en el que se documenta y exhibe parte de la información y colección del museo, es importante tener en cuenta otros servicios al momento de realizar la virtualización:

Información general: Orientaciones al usuario sobre el uso de instalaciones, colecciones y servicios; sobre la disponibilidad de recursos físicos y en línea; y sobre la forma de navegar el sitio virtual. Esto posibilita la interconexión entre el espacio real y el virtual.

La información adicional que se puede brindar al usuario incluye: directorio del personal, planos del edificio para orientar las visitas físicas y virtuales, directrices sobre el uso de las instalaciones y recursos del museo tradicional y virtual, documentos de la gestión del museo, memorias de eventos, PQR, encuestas de satisfacción, etc. Por otra parte, se

pueden revisar, complementar o actualizar el portafolio de servicios y la sección de noticias sobre el museo.

Acervo documental: Acercamiento a los recursos documentales de la biblioteca digital de la Facultad de Ciencias, que estén relacionados con las actividades o contenidos del museo, ver enlace: <http://ciencias.bogota.unal.edu.co/menu-principal/publicaciones/biblioteca-digital/>. Notificaciones a los usuarios a través de medios electrónicos sobre las modificaciones a los catálogos y bases de datos. Consulta y/o investigación de colecciones.

Formación de usuarios Desarrollar proyectos didácticos y educativos y brindar guías, tutoriales, materiales didácticos digitales ayudas en línea de acuerdo a las necesidades y expectativas de los usuarios de acuerdo a su edad, nivel de formación, etc.

Exposiciones virtuales, encuentros, foros, etc.: Divulgar las actividades del museo y fomentar la interacción con usuarios y otras instituciones. Se incluye la oferta de productos a la venta, de piezas, objetos y publicaciones relacionadas con el Museo.

3.3.4 Conclusiones

La virtualidad no debería reemplazar la experiencia *in situ*, debería complementarla. Los objetos museales poseen un *aura* propia, una presencia única que dan un significado diferente, intangible, que no se puede recrear fácilmente a través de la virtualidad. Es compartir el espacio, establecer una comunicación, o por así decirlo, generar una comunión entre el ser y el objeto.

El usuario da sentido al museo, sin importar si es *in situ* o virtual. Los receptores del mensaje de uno o del otro deben ser analizados, cuestionados y persuadidos para que se generen las interrelaciones de acuerdo a sus necesidades y expectativas, así se logra la decodificación y se le da vida al conocimiento.

Los medios virtuales aplicados a los museos deben ser empleados con un fin y permitir la correcta transmisión de los contenidos. No es solo ‘digitalizar’ el museo ni sólo dar un click, es buscar la intercomunicación con el usuario, pensar en él y con él.

Los sitios web, las redes sociales y otros canales electrónicos son extensiones vitales del museo físico, son instrumentos de gran poder de gestión, de comunicación, de administración de colecciones y que muchas instituciones usan para salvaguardar su conocimiento. Pasar a lo digital ciertas actividades del museo, involucra un proceso integral que debe considerar toda relación con el visitante. (EVE, 2018).

La implementación electrónica debe buscar la experimentación, la producción de conocimiento, el intercambio cultural, el crecimiento de la comunidad; debe posibilitar la exploración individual y colectiva e incentivar la generación de proyectos colaborativos virtuales y la creación de espacios de encuentro para compartir experiencias y saberes. La implementación debe considerar cuatro dimensiones (Regil, 2006), susceptibles de evaluación: Acceso y funcionamiento, contenido, uso y combinación de lenguajes multimediatícos, diseño de interfaz y grado de interactividad. Subrayo el concepto interrelación, pues una evaluación integral requiere del análisis de cada una de las dimensiones, así como el estudio de las dependencias de cada una de ellas.

3.4 Referencias

- Artishock. Revista de Arte Contemporáneo. (2020). Primer Encuentro de Museos Virtuales. Hacia una Red Colaborativa en Latinoamérica.
<https://artishockrevista.com/2020/11/04/primer-encuentro-de-museos-virtuales/>
- Consejo Internacional de Museos – ICOM. (2020). *Encuesta: museos, profesionales de los museos y COVID-19*. <https://icom.museum/es/covid-19/encuestas-y-datos/survey-museums-and-museum-professionals/>
- Consejo Internacional de Museos – ICOM. (2020). *Entre lo personal y lo viral: la reinención de la comunicación del museo*.
<https://icom.museum/es/news/reinencion-comunicacion-del-museo/>
- Decreto 457 de 2020. Por medio del cual imparten instrucciones en virtud de la emergencia sanitaria generada por la pandemia del Coronavirus COVID-19 y el mantenimiento de orden público. 22 de marzo de 2020.
- Departamento Nacional de Planeación. (2019). *Política nacional para la transformación digital e inteligencia artificial* (Documento CONPES 3975). DNP
- Diccionario panhispánico del español jurídico. (2020). <https://dpej.rae.es/lema/red-social>
- Dirección de Patrimonio Cultural de la Universidad Nacional de Colombia. *Museo de Historia Natural*. <http://patrimoniocultural.bogota.unal.edu.co/menu-principal/claustro/colecciones-patrimoniales/museo-de-historia-natural.html>
- Espacio Visual Europa (EVE). (2018). *Museos y Transformación Digital*.
<https://evemuseografia.com/2018/09/04/museos-y-transformacion-digital/>

Espacio Visual Europa (EVE). (2021). *Tecnología Virtual en Museos y Galerías de Arte*.
<https://evemuseografia.com/2021/05/27/tecnologia-virtual-en-museos-y-galerias-de-arte/>

García, J. (2010). *Exposiciones y cibercultura*.
<https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero088/exposiciones-y-cibercultura/>

González, M^a. T., Casado. (2010). *La utilización de las TIC para virtualizar un museo. Estado de la cuestión en Castilla-La Mancha*. Biblioteca Universitaria de la UCLM.
<https://www.anabad.org/wp-content/uploads/2011/03/La-utilizaci%C3%B3n-de-las-TIC-para-virtualizar-un-museo-1.pdf>

Lévy, P. (1993). *Las tecnologías de la inteligencia. El futuro del pensamiento en la era informática*. La Découverte. http://cmap.upb.edu.co/rid=1R3QGXJ3K-1Y4Z6R1-6ZQQ/Las_tecnologias_de_la_inteligencia_levy.pdf

Mesa de Museos de Bogotá. (2020). *Situación de los Museos de Bogotá durante la Pandemia Covid-19*

Museo de Bogotá. (2020) *¡No es la peste! ¡La gripa de 1918 desde el presente!*
<https://idpc.gov.co/no-es-la-peste-la-gripa-de-1918-desde-el-presente/>

Museo de Historia Natural de la Universidad Nacional de Colombia (s.f.). Recuperado el 16 de noviembre de 2020 de <http://historianatural.unal.edu.co/>

Museo de Historia Natural de la Universidad Nacional de Colombia (s.f.) Recuperado el 18 de noviembre de 2020 de

<http://ciencias.bogota.unal.edu.co/museos-y-centros/museohistorianatural/quienes-somos/>

Museo Nacional de Antropología de España. (2021). *Estudio de público digital 2020*.
<http://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:aa64b5a4-b768-47d9-8567-4c2f7bd4d754/plan-pu-blico-digital-mna-2020-040121.pdf>

Ochoa, A. (2017), *Las 11 funciones de los museos*.
<https://museosdelaprovinciadealicante.wordpress.com/2017/09/10/las-11-funciones-de-los-museos/>

- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura – UNESCO. (2020). *Museums Around The World In The Face Of Covid-19*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373530>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura – UNESCO. (2021). *Museums Around The World In The Face Of Covid-19*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000376729_eng
- Programa Fortalecimiento de Museos. (2020). *Encuesta Museos colombianos y pandemia 2020*. <http://www.iber museos.org/wp-content/uploads/2020/07/resultados-encuesta-pandemia-y-museos-colombia-pfm-2020.pdf>
- Regil, L. (2006) *Museos virtuales: nuevos balcones digitales*. REencuentro. Análisis de Problemas Universitarios. Num. 46
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34004605>
- Restrepo, E., Sánchez, C., Silva G. (2017). Museo de Historia Natural. *Patrimonio de la nación* (pp.146-167). Universidad Nacional de Colombia.
- The Network of European Museum Organizations (NEMO). (2020). *Survey on the impact of the COVID-19 situation on museums in Europe*. https://www.nemo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_Corona_Survey_Results_6_4_20.pdf
- Vela, A. (2012). TICs y Formación. ¿Qué es un sitio web correcto?
<https://ticsyformacion.com/2012/05/10/que-es-un-sitio-web-correcto-infografia-infographic-internet/>

ANEXO2. Propuesta de normograma / Gestión de entidades museales

Tipo	No.	Año de expedición	Entidad o país emisor	Nombre del documento	Asunto o tema	Enlace web
Ley	397	1997	Congreso de Colombia	LEY GENERAL DE CULTURA	Se desarrollan los Artículos 70, 71 y 72 y demás Artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias. Definición y conformación del Sistema Nacional de Cultura	https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=337
Decreto	2120	2018	Presidencia de la república y Ministerio de Cultura	Decreto "Por el cual se modifica la estructura del Ministerio de Cultura"	Modifica la estructura del Ministerio de Cultura Describe las funciones de la Unidad Administrativa Especial Museo Nacional	https://mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/Control-Interno/DECRETO%202120%20DEL%2015%20DE%20NOVIEMBRE%20DE%202018.pdf
Decreto	1080	2015	Presidencia de la república y Ministerio de Cultura	Decreto Único Reglamentario del Sector Cultura	Reglamenta que el Sector Administrativo de Cultura está integrado por el Ministerio de Cultura y sus entidades adscritas y vinculadas.	
Resolución	900	2020	Ministerio de Salud y Protección Social	Protocolo de bioseguridad para el manejo y control del riesgo del Coronavirus COVID-19 en el sector cultural colombiano específicamente el museístico	Orienta medidas generales de seguridad en el marco de la pandemia por el Coronavirus (COVID-19), con el propósito de prevenir la enfermedad y reducir el contagio que podría presentarse al reanudar las actividades de los museos de Colombia.	https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resolucio%C3%B3n%20No.%20900%20de%202020.pdf
Resolución	576	2020	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	"Por medio de la cual se crea el sello de calidad "Check in Certificado" y se establecen las condiciones para obtener su uso"	Crea el sello de calidad "Check in Certificado" y su versión en inglés "Certified Check in", así como establecer los requisitos y las condiciones para obtener su uso, a partir de la implementación, aplicación sistemática y certificación de cumplimiento de los protocolos de bioseguridad expedidos por el Ministerio de Salud y Protección Social.	http://bioseguridad.mincit.gov.co/Res_576_de_2020.pdf
Resolución	1976	2013	Ministerio de Cultura	Por la cual se establece el procedimiento de registro y clasificación de entidades museales del país	Identificar, registrar y clasificar las instituciones museísticas del país, como también contar con información actualizada para la presentación anual de indicadores sectoriales; así como también, identificar necesidades, fortalezas y debilidades que brinden insumos para emprender acciones de fortalecimiento en beneficio del patrimonio y la cultura de la nación.	http://www.museoscolombianos.gov.co/fortalecimiento/sistema-de-informacion-de-museos-colombianos/Documents/Resoluci%C3%B3n%201976%20MINCULTURA%20Procedimiento%20de%20Registro%20y%20Clasificaci%C3%B3n.pdf
Política	N/A	2010	Ministerio de Cultura	Compendio de políticas culturales	Presenta en uno de sus capítulos la política de museos que tiene por objetivo reconocer, consolidar y desarrollar la riqueza, diversidad y potencial de los museos del país, orientar las acciones que se deben emprender por parte del Estado, en coordinación con los actores públicos y privados relacionados con el sector, para el fortalecimiento y mejoramiento de las prácticas museísticas.	https://www.mincultura.gov.co/areas/fomento-regional/Documents/Compendio-Pol%C3%ADticas-Culturales.pdf
Política	N/A	2010	Ministerio de Cultura	Compendio de Políticas Culturales Política Nacional de Museos	Orientar las acciones que se deben emprender por parte del Estado, en coordinación con los actores públicos y privados relacionados con el sector, para el fortalecimiento y mejoramiento de las prácticas museísticas.	http://www.museoscolombianos.gov.co/fortalecimiento/comunicaciones/publicaciones/Documents/politicamuseos.pdf
Política	N/A	2007	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Ministerio de Cultura	Política de turismo cultural: Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio	Propone acciones que vinculan y fortalecen las relaciones entre el sector turismo y el sector cultural, con el ánimo de velar por el desarrollo de actividades económicas responsables y garantes de la protección del patrimonio cultural de la Nación colombiana, de manera que propendan por el desarrollo sostenible de este patrimonio y consoliden los procesos regionales de turismo para disponer de una oferta de productos altamente competitivos para los mercados nacionales e internacionales.	https://www.mincultura.gov.co/SiteAssets/documentos/Turismo/Politica.pdf
Código	N/A	2017	Consejo Internacional de Museos (ICOM)	Código de deontología del ICOM para los museos	Delimita las acciones mínimas de conducta y práctica profesional para los museos a nivel global	https://icom.museum/wp-content/uploads/2018/07/ICOM-codigo-Es-web-1.pdf
Manual	N/A	2006	Consejo Internacional de Museos (ICOM)	Cómo administrar un museo: Manual práctico	Presenta los aspectos esenciales de la gestión de museos abiertos hacia el mundo contemporáneo y preocupados por responder a las necesidades y expectativas de los visitantes y de toda la comunidad.	https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000147854_spa
Glosario	N/A	2009-2010	Consejo Internacional de Museos (ICOM)	Conceptos claves de museología	Herramienta de referencia, que brinda términos y conceptos fundamentales de la museología	https://icom.museum/wp-content/uploads/2018/07/Museologie_Espagnol_BD.pdf
Lista	N/A	2010	Consejo Internacional de Museos (ICOM)	Lista Roja de Bienes Culturales Colombianos en Peligro	Sirve de ayuda a los museos, comerciantes de arte, coleccionistas, funcionarios de aduana y policía, para que identifiquen los objetos susceptibles de ser exportados ilegalmente de Colombia. Para facilitar la identificación, la Lista Roja describe varias categorías de bienes culturales que pueden ser objeto de compraventa ilícita.	https://icom.museum/wp-content/uploads/2018/05/LR_COL_ESPANOL.pdf
Protocolo	N/A	2020	Alcaldía Mayor de Bogotá	Protocolo de bioseguridad para la reapertura museos de Bogotá	Adoptar la normativa de bioseguridad para minimizar los factores que pueden generar la transmisión del coronavirus (COVID-19) y servir como herramienta para la reapertura de instituciones museales en la ciudad Bogotá.	https://www.mincultura.gov.co/areas/patrimonio/Documents/modelo_protocolo_museosbta.pdf
NTS	GT008	2004	Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación - ICONTEC	GUÍAS DE TURISMO NORMA DE COMPETENCIA LABORAL. RECORRIDOS GUIADOS EN MUSEOS	Norma técnica sectorial Proporciona los parámetros que deben seguirse para prestar el servicio de guianza turística en museos, de forma que brinden al usuario los medios para interactuar con dicho patrimonio.	http://www.citur.gov.co/upload/publicaciones/documentos/135.NTS_GT_008.pdf