

MANUAL DE MUSEOLOGÍA
Francisca Hernández Hernández
(2001)
Editorial Síntesis
Madrid

3

EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL CONCEPTO DE MUSEO

A partir de la aplicación del término "museum", referido por primera vez en el siglo XVI a una colección, pretendemos analizar el concepto de museo como una realidad dinámica que continúa desarrollándose hasta nuestros días. En la actualidad, se da una fuerte crisis de identidad dentro de la institución museística, cuyos cauces se tendrán que ir definiendo en las nuevas políticas culturales que apuestan por la protección, conservación y defensa del patrimonio mundial. Desde el punto de vista etimológico, la palabra museo procede del griego "mouseion" que se aplicó en Alejandría a la institución fundada por Ptolomeo. Esta comprendía un museo científico con parque botánico y zoológico, salas de anatomía e instalaciones para observaciones astronómicas. En el mundo romano el término museum designaba una villa particular donde tenían lugar las reuniones filosóficas, presididas por las musas.

El contenido semántico y la acepción moderna de esta palabra aparece en el Bajo Renacimiento, cuando el humanista Paolo Giovio (1483-1552), al describir sus colecciones, emplea el término "museum" e incluso lo coloca a modo de inscripción en el edificio donde albergaba sus colecciones, cerca del lago Como. A finales del siglo XVI, se construye el primer edificio destinado a exponer una de las colecciones privadas más importantes del momento. Se trata de la ampliación del Palazzo de Giardino de Sabbioneta, cerca de Mantua. Dicha ampliación, consistía en la creación de una gran galería donde se instalaron estatuas, bajo relieves y bustos. La asociación de la colección con el edificio van a determinar la concepción moderna del museo.

El Diccionario de la Real Academia de la Lengua define el museo como el "edificio o lugar destinado para el estudio de las ciencias humanas y artes liberales". Por otra parte, la creación del Museo Gioviano va a convertirse en un punto de referencia en la formación y disposición de las colecciones privadas. A partir de ahora, se ponen de moda las galerías. Así, el Palacio Uffizi es remodelado por Buontalenti, quien se encarga de transformar el piso alto en una gran galería con el fin de instalar las colecciones de los Médicis. Otra de las galerías, conocida como el "Antiquarium", fue mandada realizar por Alberto V de Baviera en su Palacio de Munich, conocido hoy día como Museo de la Real Academia.

El siglo XIX va a ser étigo, por una parte, de la expansión por toda Europa de este tipo de instituciones y, por otra, de una serie de planteamientos teóricos que van a perdurar hasta nuestros días y en los que, incluso, se va a poner en crisis el concepto mismo de museo. Alemania jugará un papel importante en la sistematización y organización de los museos. Figuras como Goethe exponen sus ideas sobre la función y exposición de los objetos en el museo y se inicia en Munich la construcción de una serie de museos que van a integrarse en un plan general de urbanismo, tales como la Gliptoteca, la Antigua Pinacoteca, la Nueva Pinacoteca, etc. El mismo proceso de construcciones museísticas se sigue en Berlín con la creación de edificios ubicados entre el río Spree y su afluente el K pfergraben, conocidos como la Museumsinsel o Isla de los museos. A partir de la segunda mitad del siglo XIX, los críticos de arte ponen en duda el valor de estas instituciones considerando como "asilo lúgubre, hospital de inválidos, prisión del arte, cementerio de la belleza" (Ovejero, 1934: 54).

Estos museos, decimonónicos tienen entre sus objetivos el incremento de sus colecciones y la guarda y custodia de las mismas con el fin de que puedan ser contempladas por el público. Desde una óptica actual, este tipo de instituciones resultaban anticuadas por su gran concentración de obras y por la ausencia de medios didácticos en la exposición. En algunos casos, la visita se realizaba con un catálogo de las obras expuestas que, por su carácter científico, no era accesible a todo el público y la visita quedaba restringida a determinados días. Así, el Museo del Prado sólo podía visitarse los miércoles y era necesaria una autorización o recomendación escrita de un personaje de la Corte. Esto ocurre en 1920, al año siguiente se inaugura el museo (Pérez Sánchez, 1977: 20).

Estos lugares tenían un carácter casi sagrado y se constituyeron en símbolo de la identidad cultural de un pueblo. A los museos se iba para admirar y contemplar las obras de arte, como muy acertadamente dijo D'Ors, "al museo se va a admirar" (1939: 88). En este sentido, no estaría de más recordar la historia de un anciano que, durante sus noches de insomnio, daba un paseo imaginario a través del Louvre tal como lo recordaba él a principios de siglo. De esta manera, podía decidir delante de qué cuadro quería detenerse cada vez, a fin de contemplarlo detenidamente (Gombrich, 1981: 232).

Esta visión romántica del museo no debería perderse porque constituye la esencia del mismo y podemos caer en el extremo opuesto ante la mirada de una obra de arte. Así accedió en una exposición de Kassel con un grupo de arquitectos que presentaron lo que ellos entendian por un museo ideal o imaginario en nuestros días (Navarro, 1987: 36). Uno de ellos, mostraba en una sala una serie de cuadros de diferentes épocas y autores. El cuadro era una tela del mismo tamaño que el original y contenia únicamente el nombre del pintor, la fecha de su nacimiento y muerte, la fecha de realización del cuadro y sus dimensiones. Al lado, una pequeña estampa con la copia del cuadro original. Otro proyecto consistió en representar la exhibición de las obras y del propio museo a través de una serie de cuadros. En este proyecto se definía el museo como un espacio de exposición temporal de obras de arte que viajaban de un lado para otro.

3.1. Defini n de museo

La expansión de los museos europeos se produce en un momento en que aún no se ha elaborado una definición sobre los mismos, ni se han precisado sus funciones. Como todo proceso natural, los museos también van evolucionando de forma que éstos, considerados como "asilos póstumos", "mausoleos" o "santuarios", se van convirtiendo en lugares de interpretación, estudio e investigación. Para ello, se requerirá la presencia de un personal universitario especializado en el contenido del museo. Fruto de esta labor fueron las exposiciones que tuvieron lugar con criterios científicos, al igual que su ordenación, clasificación y publicación de catálogos. Más tarde, los museos se van convirtiendo en centros de educación para terminar siendo focos donde lo lúdico y recreativo adquiere su verdadera significación.

Ante el desarrollo de los servicios del museo, la figura del conservador tiende a desdoblarse en dos profesiones: el científico y el museólogo. La tarea del científico está justificada porque no se puede comunicar, divulgar o enseñar lo que no se conoce, mientras que la labor del museólogo se centrar  en la forma de exponer y de dar a conocer las colecciones. El paso siguiente será la asunción de cada una de las funciones por un personal cada vez más especializado. En estos últimos años está surgiendo una nueva corriente que centra la labor del museo como servicio público, llegando ésta, incluso, a suplantar al resto de las funciones.

Nos encontramos, por una parte, las colecciones y, por otra, el público, sin llegar a alcanzar un equilibrio entre ambos. Y esto sucede a causa de que existen tantos atractivos didácticos, que los objetos de las exposiciones se ven obligados a ser retirados de las mismas. En este sentido, el museo se está convirtiendo en un medio de comunicación de masas. Esta visión, realizada de una manera rápida y esquemática, debe llevarnos a reflexionar sobre qué debe ser el museo hoy. Más adelante, veremos todos los cambios que se están produciendo y si éstos no nos estarán conduciendo a la pérdida de lo más esencial y nuclear del museo: su propia identidad.

3.1.1. Concepciones teóricas

Paralelamente a la expansión y desarrollo del museo y en relación con él, se han ido elaborando las diversas doctrinas est ticas de este siglo. Siguiendo a D otte (1993), podemos enumerar dos corrientes distintas que se enfrentan ante la realidad del museo. Por una parte, nos encontramos con los defensores del museo quienes, inspirándose en Leibniz, Kant, los románticos alemanes F. y G. Schlegel, Novalis y Hegel, conciben el museo como el nuevo ámbito del arte. Es el caso de Proust y Malraux, entre otros. Para Proust, la función del arte en la vida del hombre varía según las circunstancias y el estado de ánimo en que éste se encuentra, mientras que en el museo las obras de arte permanecen indiferentes. Según Hausser (1977: 636-639), tanto Proust como Malraux piensan que el auténtico ser y valor de las obras de arte residen en la "praxis", aunque ésta no les aporte todo su significado, ni tampoco el museo "afuncional" haga que lo pierdan. Las obras de arte,

atrapadas por los lazos artificiales del museo, pueden conseguir su libertad original para volver a convertirse en realidades funcionales y actuales. Defiende la movilidad continua que se da a cualquier principio estilístico, cuyo cambio es fruto de su adaptabilidad a la existencia de cada día. Y esto, fundamentalmente, porque el arte no viene definido como una cosa, sino como una función que se va renovando de forma continuada.

Ahora bien, ¿por qué confía Proust en el museo considerándolo como una realidad viva? Por la sencilla razón de que, si bien la función y el significado de las obras de arte individuales pueden verse abocadas a continuos cambios, la idea de lo artístico no muere para siempre. A pesar de su idealismo subjetivista, el camino que lleva a la libertad y a la existencia de la cotidianidad pasa a través del museo, porque sólo en este marco llegan a adquirir las obras de arte la calidad que las convierte en realidades importantes del presente, lo mismo que las vivencias más íntimas surgen en el recuerdo de ellas mismas.

Sin embargo, es en Malraux donde el museo de la cultura humanista ha encontrado su mejor teórico y su más ferviente defensor. Sus ideas quedan perfectamente reflejadas en el "Museo Imaginario" donde pueden oírse todas las "Voces del silencio" y el hombre tiene acceso al arte de todas las épocas. En este "Museo Imaginario" "cuadros, frescos, miniaturas y vitrales pertenecen al mismo dominio" (Malraux, 1956: 22), hecho que ha llevado a calificarlo como un "Museo sin par" en el sentido que los diversos resultados artísticos pueden coexistir en el mismo marco y su reproducción es posible encontrarla en los diferentes libros y fascículos, ofreciendo la imagen de un mundo proyectado al infinito (Hausser, 1977: 634). Malraux, discípulo de Frobenius y de Spengler, no cree en la unidad de las culturas, sino que piensa que éstas se van sucediendo sin que nada se vaya transmitiendo de unas a otras y, en consecuencia, afirma un cierto pluralismo (Moeller, 1962: 83-84). En definitiva, el museo ha impuesto al espectador una nueva relación con la obra de arte y representa la más alta idea del hombre.

Pasemos ahora a estudiar la posición de los detractores del museo, para quienes éste supone el fin del arte. Quatremère de Quincy (1815) es considerado como el máximo representante que inaugura toda una crítica del museo. Para él, las obras de arte tienen una belleza absoluta. Sin embargo, al perder éstas su primitivo destino en su continua relación con otras obras de las diversas colecciones de los museos, pierden parte de su propiedad singular y de su belleza. A partir de Quatremère de Quincy, podemos citar a Burke, Nietzsche, Valéry, E. Jungfer, Merleau-Ponty, G. Duthuit, J. C. Lebensztejn y Adorno, entre otros muchos, siempre en la línea de afirmación de un hecho evidente: el anquilosamiento de las obras de arte dentro del museo.

Detengámonos en Valéry (1960), para quien la esencia del arte se encuentra en lo que tiene de singular y original toda obra auténtica. No importa que existan otras obras y diversos estilos que plasmen los diferentes conceptos estéticos. Lo que se ha de resaltar es la singularidad de la obra. Sin embargo, al entrar en contacto unas con otras, las obras de arte pierden su valor estético dentro del museo. Nos encontramos, por tanto, ante un objetivismo de tipo idealista frente al subjetivismo actualístico defendido por Proust (Hausser, 1977: 638), más centrado en las vivencias y en el

tiempo. Por su parte, Adorno (1962) elabora una teoría crítica del arte deteniéndose en autores como Valéry, Proust, A. Huxley y Kafka, a partir de su dialéctica marxista. Arte y cultura forman parte de la sociedad y no deben ser considerados como algo distinto a ésta, puesto que las obras de arte expresan siempre "tendencias sociales objetivas no previstas por sus creadores" (Urdanoz, 1985: 123).

Independientemente de todas estas corrientes de pensamiento, que nosotros apenas hemos enumerado fugazmente, sí podemos afirmar que el museo es estructuralmente solidario de un movimiento nacido del Renacimiento que ha ido reafirmando a lo largo de las variaciones sociales y culturales. Desvallées (1989: 14) opina que estamos asistiendo al paso de la noción de objeto a la noción de testimonio cultural que incluye todo vestigio humano y a la extensión del concepto de colección a todo el patrimonio.

3.1.2. Aportaciones del ICOM

Las primeras definiciones "oficiales" del museo surgen en este siglo y emanan del Comité Internacional de Museos, creado en 1946. En sus Estatutos de 1947, el artículo 3 proclama que "reconoce la cualidad de museo a toda Institución permanente que conserva y presenta colecciones de objetos de carácter cultural o científico con fines de estudio, educación y deleite". Esta definición marcará un hito importante en el desarrollo del museo moderno y será un punto de referencia que tendrá resonancias prácticas en la política museística de los diversos países. Será a partir de la década de los cincuenta cuando se inicien las primeras renovaciones museográficas que intentarán cambiar la imagen del museo decimonónico.

En 1974, el ICOM vuelve a dar una nueva definición en sus Estatutos, ratificada por la 16 Asamblea General de 1989. Así, en el Título 2, Artículo 3, afirma que el museo es una "Institución permanente, sin fines lucrativos, al servicio de la sociedad que adquiere, conserva, comunica y presenta con fines de estudio, educación y deleite, testimonios materiales del hombre y su medio". En su artículo 4 y, respondiendo a esta definición, incluye también los siguientes centros:

- a) Los Institutos de conservación y galerías de exposición dependientes de Archivos y Bibliotecas.
- b) Los lugares y monumentos arqueológicos, etnográficos y naturales y los sitios y monumentos históricos, teniendo la naturaleza de un nuevo museo por sus actividades de adquisición, conservación y comunicación.
- c) Las Instituciones que presentan especímenes vivientes tales como jardines botánicos y zoológicos, acuario, vivarium, etc.

En 1983, la catorce Asamblea General del ICOM, celebrada en Londres el 1 y 2 de Agosto, añade al artículo anterior los siguientes:

- d) Los parques naturales, los arqueológicos e históricos.
- e) Los centros científicos y planetarios.

Los parques están considerados como una organización de interés público con vocación científica y cultural, responsable de un territorio controlado y delimitado, conservados en su cualidad de unidad representativa de tipos de naturaleza salvaje o humanizada, propicios a la preservación de faunas y floras salvajes o domésticas. Por lo tanto, esta unidad constituye el hábitat permanente.

La definición de 1974 amplía el concepto de museo tanto en lo que respecta a los bienes muebles —siguiendo la línea tradicional—, como a los inmuebles que ya gozaban anteriormente de ciertas medidas de protección. Entre los bienes muebles incluye todos los testimonios de la vida cultural, como son las representaciones más o menos realistas o simbólicas que tengan un significado religioso, político o social. Ello ha conducido a la creación de museos surgidos a partir de cualquier motivación: museo del ocio, museo del terror, etc. Según palabras del sociólogo francés Henry Pierre Jéray (1989: 10), “a finales del siglo XX el mundo corre el riesgo de convertirse en un gigantesco museo”. Este hecho supone que estamos asistiendo de lleno al fenómeno de la “museificación”.

Del carácter sagrado del museo se está pasando a la concepción del museo como todo producto de mercado, debe renovarse constantemente. Uno de los productos más consumidos son las exposiciones temporales. El hecho de sacar un anuncio a la calle enfrente del museo con bastantes obras de un autor, anunciando la exposición temporal del mismo, origina que rápidamente se formen colas en la calle, cuando las salas del museo permanecen habitualmente desiertas. Las exposiciones permanentes, presentadas como un espectáculo más, también tienen, en la actualidad, bastante aceptación. Como nuevas ofertas a este consumismo, surgen instituciones para-museos, es decir, lugares donde se desarrolla un comercio pseudocultural como los de Disneylandia y otros parques de atracción. Otro ejemplo es la oferta de obras de arte en el mercado con fines especulativos. Todos estos movimientos pueden ser objeto de análisis, reflexión y también de discusión. En consecuencia, a todos se nos brinda la oportunidad de aportar nuestra imaginación y creatividad para proyectar el modelo y la imagen del museo del futuro.

Las definiciones emanadas del ICOM determinan los ejes teóricos en los que se basa el museo hoy, y sirven de marco general al desarrollo de estas instituciones en otros países. En España, por ejemplo, el Real Decreto 620/1987 de 10 de Abril, por el que se aprueba el Reglamento de los Museos, en su artículo primero define a éstos “como instituciones de carácter permanente que adquieren, conservan, investigan, comunican y exhiben, para fines de estudio, educación y contemplación, conjuntos y colecciones de valor histórico, artístico, científico y técnico o de cualquier otra naturaleza cultural”. Como puede verse, esta definición es copia casi literal de la del ICOM.

La elección de medios por parte del museo para cumplir su misión va a depender de la política museística de cada país. Esta política museística incidirá definitivamente en la orientación y funcionamiento de la institución y en su proyección social. Para ello, será necesaria una dotación de medios humanos, materiales y financieros sin los cuales no puede llevarse a cabo esta labor. La colaboración de

patrocinan exposiciones culturales, conciertos y climatización de museos, etc. La contrapartida es una operación de imagen y consolidación de su empresa, muy ajenos a los objetivos específicos del museo. Dentro de esta política museística, el museo se concibe como la suma de contenidos (colecciones), continente (edificio) y personal interno (especialistas, administrativos, técnicos, subalternos, etc.) y externo (público) (Fig. 16).

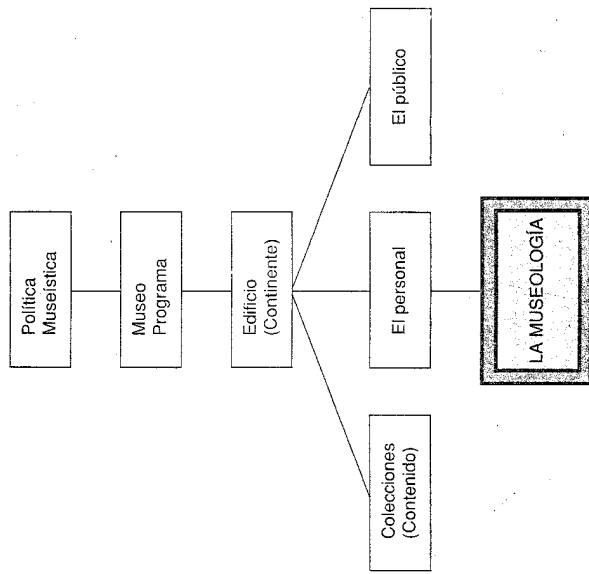


Figura 16. Elementos constitutivos de un museo

3.2. Museología y Museografía

Definido el concepto de museo, podemos preguntarnos qué es la Museología. El ICOM la define como una ciencia aplicada, la ciencia del museo, que estudia la historia del museo, su papel en la sociedad, los sistemas específicos de búsqueda, conservación educación y organización. También tiene en cuenta las relaciones con el medio físico y la tipología. En definitiva, la Museología se preocupa de la teoría o funcionamiento del museo. Por el contrario, la Museografía estudia su aspecto técnico: instalación de las colecciones, climatología, arquitectura del edificio, aspectos administrativos, etc. Es, ante todo, una actividad técnica y práctica. Podríamos definirla como la infraestructura en la que descansa la Museología. En consecuencia, Museología y Museografía son conceptos muy relacionados.

La Museología tradicional se ha cerrado en el museo y, aunque parezca una contradicción, ha carecido de planteamientos teóricos. La formación museológica se basaba en la transmisión de conocimientos que se reducían a documentar la historia del museo y de sus colecciones y a enumerar sus funciones. Los primeros programas de formación estuvieron vinculados a las disciplinas tradicionales, sobre todo a la historia del arte. Tenemos un ejemplo en L'École du Louvre, fundada en 1882, que se ocupó de preparar a los futuros conservadores de museos. En ella se impartían estudios sobre historia general del arte, cursos orgánicos de arte clásico y egipcio, arte oriental y mahometano, arte europeo, así como otras materias relacionadas con el funcionamiento del museo. En España existía una escuela diplomática, donde se impartían cursos con contenidos en materia de arte y orientaciones sobre el acondicionamiento y presentación de los fondos.

Es importante destacar el gran impulso que recibió la Museología cuando se funda en 1977, dentro del ICOM, el Comité de Museología o ICOFOM. A partir de ese momento, se inician los planteamientos de esta ciencia que había quedado reducida, al compás de la evolución del museo, a una serie de conocimientos prácticos con los que se intentaba actualizar el museo tradicional. Dichos planteamientos consistían en renovar instalaciones o presentaciones en las salas de exposición, adaptación de edificios antiguos, nuevas creaciones arquitectónicas, mayor equipamiento técnico, laboratorios, talleres, etc. Renovación que no va a suponer el cambio necesario para actualizar las viejas estructuras.

Dentro de la Museología, considerada a nivel internacional, existen dos posturas (La Museologie, 1989: 358). Por una parte, los partidarios de una visión restringida del museo. Estos consideran la Museología como una ciencia general del museo, con sus propios objetivos, su propia teoría y con un campo de actividad y un método que les son propios. Aunque es una disciplina independiente, comparte su carácter interdisciplinar colaborando con otras ramas del saber para centrar su interés sobre el museo y su actividad. Por otra, están los que tienen una concepción amplia del museo. Para éstos, todo es museable. El museo no debe limitarse a la idea como se le ha concebido institucionalmente: continente-edificio / contenido-colección y público. En consecuencia, la Museología debe de entenderse como la ciencia global de lo que es museable y abarcaría el Universo y la Sociedad. Algunos partidarios de esta teoría llegan a expresar que "el museo estalla en sus funciones" (Deloche, 1989: 134).

El objeto de la Museología no puede ser el museo, o mejor, el museo no es un fin sino un medio. Se concibe éste como una de las formas posibles de la relación hombre-realidad, en la que el museo siempre representará una realidad fragmentaria. La Museología es la ciencia que examina la relación específica del hombre con la realidad y, a través de estas relaciones, tiene lugar la elección de todo lo museable para ser preservado en el inmediato y para el futuro. En consecuencia, bien se tome en sentido amplio o restringido, la Museología como disciplina científica se incluye entre las ciencias sociales, pues su objetivo principal es el análisis de una realidad histórico-social de larga tradición, enmarcada en unos postulados que se extienden en el espacio y en el tiempo. El sujeto de esta ciencia es el hombre o público. De ello, se deduce que la tensión sujeto-objeto ha sido el factor

más importante en la dinámica museística, cuyo constante replanteamiento garantiza su progresión.

Museología y Museografía son complementarias y, en la práctica, es muy difícil separar los problemas específicos que afectan a una y otra. Es más, en países como México y Francia, se emplea el término Museografía en un contexto donde otros utilizan la palabra Museología. Con frecuencia, el término Museografía queda restringido, en determinados casos, a los problemas relacionados con las instalaciones o presentaciones. En 1977, Neickel, en su obra *Museographie*, hace una descripción detallada de cómo debe ser una sala de exposición: qué dimensiones debe tener, orientación de las ventanas, elección de los colores de las paredes, cómo deben ser los muebles, colocación de armarios y estanterías.

En un artículo titulado "Museología y Museografía en la Facultad de Arquitectura de Milán", se diferencia al arquitecto o museógrafo que crea los espacios o los modifica, del crítico de arte o director del museo cuya función es ordenar, conservar y presentar al público las colecciones. Sin embargo, se llega a la conclusión de que la Museología y Museografía tienen tantos puntos de contacto y de intersección que, finalmente, pueden ser consideradas como una sola y única materia (La Museología, 1987). J. M. Navascués, en su *Discurso de Ingreso a la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando* sobre "Aportaciones a la Museografía Española", describe las nuevas presentaciones de colecciones en varios museos: Arqueológico Nacional, Arqueológico de Sevilla, de Tarragona, de Navarra, etc. Al mismo tiempo, deja constancia de la situación de la Museología en nuestro país cuando afirma que "La museología, al menos entre nosotros, no ha trascendido todavía de los límites del empirismo, y aún del oportunismo principalmente, ante el cual fallan todas las teorías y todas las doctrinas" (Navascués, 1959: 14).

3.3. Nuevas orientaciones de la Museología

La literatura existente sobre el tema y algunas realizaciones prácticas inducen a pensar que la Museología se está separando del museo institución, hasta el punto que los profesionales de los museos han comenzado a preguntarse si los teóricos de la Museología, en especial los miembros del ICOM, se interesan siempre por la práctica museológica y si la Museología puede presentar un interés siempre para los museos. Ello nos induce a interrogarnos sobre el por qué de este divorcio que podríamos sintetizar en tres puntos:

- 1) Estamos asistiendo a una serie de cambios donde los planteamientos teóricos no se corresponden con las realizaciones prácticas, sobre todo cuando aquellos tratan de aplicarse a instituciones antiguas. También existe gran dificultad en aplicar estas teorías a museos muy diferentes en tamaño, en contenido y en funcionamiento. Estas diferencias resultan mucho más acusadas si se intentan aplicar a nivel mundial.
- 2) Deficiencias de la política "oficial" en muchos países: escasez de presupuestos, falta de personal técnico y científico. Lagunas que se intentan paliar con participación del capital privado.

- 3) Y, finalmente, puede añadirse el miedo a perder lo que para algunos constituye la esencia del museo en tanto "santuario" de la obra de arte. Como dice Eugenio D'Amico (1989: 1): "conviene a un museo no cambiar a cada instante. El Museo Cívico El Prado ha mejorado mucho, justamente como consecuencia de haber cambiado poco".

3.3. La nueva museología

Durante estos últimos años estamos asistiendo a una serie de cambios que han llevado al museo a una crisis de identidad cuyas consecuencias son evidentes. Siguiendo a Van Mensch (1988), podríamos resumirlas de forma muy concisa de la siguiente manera. Surge la "Nueva Museología", y, con ella, el interés centrado sobre el objeto se va desplazando hacia la comunidad, dando lugar a la aparición de un nuevo concepto de museo entendido como un instrumento necesario al servicio de la sociedad. A este tipo de instituciones se le conoce con el nombre de "ecomuseo", por sus referencias al entorno natural y social.

La idea de crear un museo de estas características surge entre 1971 y 1974 cuando, bajo la dirección de Marc Evrard y con el apoyo de Hugues de Varineau (Le Creusot) y Georges Henri Rivière, se lleva a cabo un proyecto en Le Creusot (Montceau-Les Mines, dentro de un territorio concreto y contando con la participación de sus propios habitantes) (Hubert, 1985: 187). Por tanto, la creación de este museo es el resultado de una flexión que pretende asociar la ecología y la etnología regional para conseguir un nuevo tipo de museo más participativo y de autogestión. De esta forma, se configura un museo del tiempo y del espacio, un laboratorio "in situ", realizado por la propia comunidad y dirigido por tres Comités: usuarios, administradores y regional especializado.

Casi simultáneamente, tiene lugar la mesa redonda organizada por la Unesco en Santiago de Chile en 1972 sobre "la función del museo en la América Latina de hoy". De esta reunión surge el concepto de "museo integral" que guarda grandes semejanzas con el ecomuseo europeo, pero dentro de un contexto latinoamericano, extendiéndose también este tipo de museos al continente africano (Fig. 17). A partir de la experiencia de Le Creusot, Henri Rivière elabora una definición evolutiva del ecomuseo que transcribimos textualmente:

"El ecomuseo es un instrumento que el poder político y la población conciben, fabrican y explotan conjuntamente. El poder, con los expertos, las instalaciones y los recursos que pone a disposición; la población, según sus aspiraciones, sus conocimientos y su idiosincrasia" (1985: 182).

Todos estos movimientos cristalizarán, en 1984, con la Declaración de Québec en la que se proclaman los principios básicos de la nueva museología, reafirmando la proyección social del museo sobre las funciones tradicionales del mismo. Para ello, la museología se apoyará en la interdisciplinariedad y en los actuales medios de comunicación. El movimiento aspira a ofrecer un enfoque global de los problemas desde el punto de vista científico, cultural, social y económico. Dicho movimiento ha generado una serie de realizaciones prácticas y reflexiones teóricas

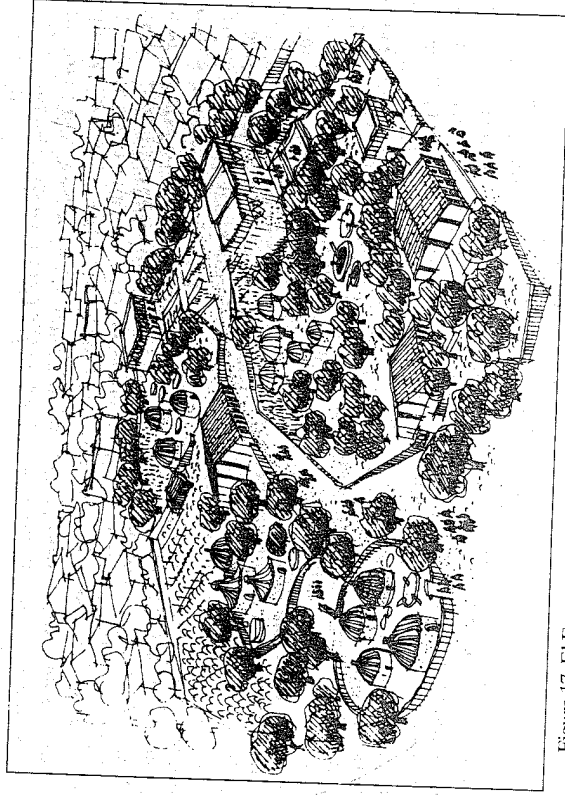


Figura 17. El Ecomuseo de Niamey en Nigeria (según Giraudy y Bouilhet, 1977: 32)

(Vergo, 1989; Desvallées, 1992) surgiendo, incluso en Francia, la asociación "Muséologie nouvelle et expérimentation sociale (MNES)" dentro de los profesionales más progresistas.

La idea principal de la nueva museología es el museo visto como ente social y adaptado, por tanto, a las necesidades de una sociedad en rápida mutación. Desde este punto de vista, se ha intentado desarrollar un museo vivo, participativo, que se define por el contacto directo entre el público y los objetos mantenidos en su contexto. Es la concepción extensiva del Patrimonio, que hace salir el museo de sus propios muros. La aplicación de la nueva museología a los grandes museos resulta difícil y casi imposible. Así, por ejemplo, la renovación del Louvre ha duplicado los espacios, ha ampliado los servicios públicos y ha reorganizado las colecciones. Pero esta renovación no va acompañada de un proyecto museológico nuevo, sino que sigue esquemas tradicionales reformados, teniendo una flexibilidad de acceso a las diversas colecciones a través de la Pirámide central, pero el contenido sigue siendo enciclopédico cuando la tendencia actual es el museo especializado.

3.3.2. Ampliación conceptual del museo

De la idea del objeto como valor artístico, arqueológico, etnográfico e histórico, se pasa a la valoración del objeto como documento y reflejo de una sociedad y de una cultura. Así, el concepto de Patrimonio se extiende más allá de lo pura-

mente material que ha caracterizado la política de adquisiciones de los museos, e incluye los mitos, poesías, canciones y danzas. De esta manera, se llega al extremo de afirmar que todo acontecimiento existe en tanto que acontecimiento pre-acontecido. Esta tendencia a la conceptualización lleva a la sustitución de objetos auténticos por representaciones holográficas y reproducciones de objetos. Una de estas manifestaciones son las exposiciones temáticas, consideradas como uno de los rasgos más destacados de la vida cultural de nuestra época, dado que transmiten conocimientos, suscitaban una toma de conciencia e instruyen a través de la diversión. Los anglosajones las denominan "interpretative exhibitions" o exposiciones interpretativas. Se incluyen dentro del movimiento general de los medios de comunicación y su evolución ha sido considerable en estos últimos años bajo la influencia de las técnicas de publicidad y de la presentación comercial.

En este tipo de exposiciones el tema es el hilo conductor de las mismas, puesto que permite al público percibir su unidad, siendo también importante la forma de tratar e ilustrar dicho tema. Para ello, se utilizan diversos medios como maquetas, diorama, animales, etc. También se usan dioramas tridimensionales que ofrecen bastantes posibilidades para representar ecosistemas o cualquier otro tipo de producciones que sean difíciles de exponer por cualquier otro medio. Los hologramas, que son fotografías tridimensionales creadas a partir de fotografías impregnadas por dos sistemas de ondas láser que se interfieren, constituyen una técnica que puede ser utilizada como elemento de sorpresa o para exhibir objetos de gran importancia. Completan este tipo de exposiciones los textos, diversos sistemas electrónicos como la maqueta animada, los audiovisuales, los videodiscos y los ordenadores.

Frente al museo tradicional-antológico y expositivo, Umberto Eco (1989: 65-66) propone varias alternativas:

- 1) El museo didáctico, que centra el interés de la exposición en una sola obra que ha de ir acompañada de toda la documentación existente sobre la misma, con el fin de facilitar su comprensión al visitante.
- 2) El museo móvil, a través del cual se intenta dinamizar la presentación tradicional mediante su renovación con exposiciones temáticas. Así, Konrad Wachsmann había pensado en un museo itinerante, constituido por un gran contenedor que permitiera la proyección de diapositivas de obras de arte a tamaño natural. Una variante de este concepto se encuentra representada en el museo permanente de pintura metafísica de Ferrara, cuyo contenido se reduce a amplios paneles luminosos que permiten exponer todas las obras de pintura metafísica.
- 3) El museo experimental de ficción científica donde se exhiben las técnicas expositivas: el espacio, la luz y el color, creándose diversos ambientes. Un ejemplo de ello lo tendríamos en el Electric Circus de Nueva York que funciona como una discoteca, sala de baile y exposición de arte contemporáneo. También se incluyen dentro de este tipo de museos las exposiciones universales.

- 4) El museo lúdico e interactivo donde el público participa activamente y se le ofrece la oportunidad de manipular diversas máquinas y aparatos técnicos y científicos.

Los museos de Bellas Artes y, sobre todo, los de Arte Contemporáneo, han ido incrementando sus colecciones y ampliándolas a campos como la cinematografía, vídeo, diseño y artes del espectáculo. Una de las novedades más significativas es la creación, en algunos museos, de un departamento específico de arquitectura que, hasta ahora, sólo había sido objeto de exposiciones temporales. Estas presentaciones se basan en material documental de planos, segmentos arquitectónicos, maquetas y diapositivas cromáticas, mediante rayos infrarrojos (Bradley, 1993: 8). También encontramos museos monográficos sobre arquitectura, como los Museos de Basilea y de Frankfurt.

3.3.3. El museo descentralizado

Este tipo de museo se va imponiendo frente a los museos centralizados tradicionales, identificados con los denominados "nacionales" que, actualmente, han quedado desfasados. Existe una tendencia a nivel mundial que pretende proyectar tanto museos de mediano tamaño como museos locales, debido a que éstos ofrecen una mayor rentabilidad y eficacia social, cultural y económica. Los museos de mediano tamaño trabajan en pequeñas unidades funcionales y descentralizadas. Normalmente, ejercen su proyección dentro de un ámbito geográfico determinado y, entre sus prioridades, se encuentra la de proteger, conservar y difundir su patrimonio cultural. La escasa dotación de personal les obliga a trabajar en equipo, adaptándose a las posibilidades reales. Este trabajo interdisciplinar hace posible que se lleven a cabo una serie de actividades que desempeñan un papel dinamizador respecto a los museos satélites de menor importancia dentro de la misma zona geográfica.

Los museos locales están adquiriendo un gran desarrollo, tanto cuantitativa como cualitativamente. Su creación se debe a diversas iniciativas privadas o públicas, cuyo punto de partida es un amplio espectro de colecciones dado que hoy todo se puede incluir en el campo de lo "museable". Es bastante frecuente que estos museos surjan de donaciones realizadas por particulares y, en muchos casos, se encuentran enfrentados a problemas de financiación que aseguren su mantenimiento y funcionalidad en el futuro (Pascual, 1991: 20). Para Hudson (1989: 73), este tipo de museos actúan como verdaderos centros sociales, es decir, como lugares donde el ciudadano tiene una gran participación en cuanto puede identificarse con las colecciones, al jugar éstas un papel de puente entre el pasado y el presente.

El tamaño de los museos ocupa un lugar destacado como se ha comprobado en los estudios realizados sobre el comportamiento de los visitantes.

Uno de estos trabajos, realizado por Robinson hace algo más de sesenta años (Grampp, 1991: 165), fundamentó su investigación en conocer el comportamiento de un número significativo de visitantes en cuatro museos de diferentes tamaños. El análisis consistió en observar cuántos cuadros miraban, el tiempo que se detenían en ellos, el número de salas que visitaban y la duración de la visita. Los resultados fueron interesantes, constatándose que el público permanecía más tiempo en los museos pequeños que en los grandes y, en consecuencia, pudieron contemplar un número de obras más elevado a pesar de que la duración de la visita no superó en ningún caso los treinta minutos.

3.3.4. Racionalización de la gestión del museo

Es evidente que los museos intentan realizar un cambio interno puesto que, cada vez más, se da una mayor división del trabajo que requiere una jerarquización profesional para cubrir todas sus actividades. En este sentido, la propia gestión del museo presenta una mayor complejidad al abarcar áreas tan diferentes como las colecciones, la administración, el personal y los recursos financieros que han obligado a los grandes museos a contratar especialistas externos o consultores para tratar determinados problemas y, de modo especial, los financieros.

En algunos países, como Francia, están apareciendo agencias de comunicación e ingenierías culturales al servicio de los museos. Una de estas agencias es la "Public et Communication" (Alembret, 1991), que ha colaborado con diversas instituciones como la Dirección de los Museos de Francia, el Museo de la Ciencia y de la Técnica de la Villette y otros museos que lo han requerido y que se encuentran en un proceso de inauguración, renovación o ante la programación de una exposición de cierta importancia. Estas agencias también ofrecen un apoyo permanente al museo, encargándose directamente de la comunicación y relación con los visitantes y con otras instituciones, con el fin de atraer al mayor número de público posible. Esta labor de asesoramiento puede ampliarse a los diversos campos del museo, siempre que se requiera para solucionar un problema específico dado que, desde el punto de vista económico, resulta más rentable acudir a estos "asesores museológicos" que mantener un determinado número de profesionales fijos, al tiempo que pueden aportar soluciones más rápidas y eficaces.

3.3.5. El museo-negocio

Según algunas orientaciones actuales, el museo está destinado, cada vez menos, a conservar y exponer los objetos. Las obras de arte se están convirtiendo en instrumentos financieros. Se habla, incluso, del negocio del museo en el sentido que algunos directores y administradores de museos tratan las colecciones como un "capital en activo", llegándose a afirmar que "en gran medida, la crisis del museo es el resultado de la mentalidad de libre mercado que se impuso en los años ochenta. La noción de museo como guardián del patrimonio público ha dado

paso a otra del museo como negocio, con unos productos altamente comerciales y un gran deseo de expansión" (Krauss, 1993: 17).

Esta política ha sido seguida por Tomas Krens, director del Museo Guggenheim, quien mantiene una concepción muy comercial del museo, describiéndolo como una "industria museística" que requiere fusiones y adquisiciones, así como una buena gestión financiera. Para él, las colecciones, exposiciones, catálogos y otras actividades son simples productos o mercancías que pueden comercializarse y competir en el mercado mediante la apertura de sucursales para la venta de sus productos y obtener una serie de beneficios. Otro dato de interés es el hecho de que el nombramiento de los más prestigiosos museos norteamericanos recaigan más en personas vinculadas al mundo de las finanzas que al de las artes. Ello conduce a que dichas instituciones funcionen más como galerías o centros culturales, que como instituciones museísticas.

Si bien esta comercialización es más propia de los museos americanos, existen ciertas prácticas de mercado que son comunes a todos los museos del mundo. Tales prácticas consisten en la explotación de actividades comerciales llevadas a cabo en las tiendas, librerías o restaurantes ubicados en los museos, en la aplicación de técnicas de marketing al medio museal que permiten y facilitan el desarrollo de un programa de actividades museológicas o en una estrategia global de accesibilidad y de promoción que pretende satisfacer las expectativas de ambas partes, público y museo. Además, el marketing ayuda a alcanzar una visión integradora de la organización museística con el fin de perfeccionar la gestión y maximizar la utilización de los recursos. A pesar de ello, existen reacciones negativas en cuanto se le compara con el mercado de consumo y con la asimilación de la cultura al comercio y a sus prácticas mercantiles.

3.3.6. La conservación "in situ"

La conservación "in situ" es otra muestra más de la ampliación del museo fuera de sus muros. Se intenta contextualizar el medio físico de los objetos. Esta tendencia está convirtiéndose en uno de los objetivos prioritarios de la política museística de muchos países. Su origen podemos encontrarlo en los museos al aire libre. El primero de ellos fue el Museo Skansen de Estocolmo, creado por Artur Hazelius en 1891 con la finalidad de preservar las viviendas rurales más representativas. Estos edificios fueron acondicionados con un mobiliario adecuado a su época histórica. A partir de este momento, se produce un gran desarrollo de museos al aire libre. Primeramente, en los países escandinavos como en Oslo, que se abre al público en 1894, o en Copenhague que se inaugura en 1897. Ya a comienzos del siglo XX, se crean en Helsinki y en Dinamarca, sucediéndose una cadena de fundaciones en diversos países europeos como los Países Bajos, Alemania y, sobre todo, en los Países del Este (Angotti, 1982). En Estados Unidos este tipo de museos surgen a lo largo del presente siglo. Concretamente, en 1926 se inaugura el primer museo al aire libre en Williamsburg (Virginia). Posteriormente, se van creando nuevos museos en asentamientos que hubieran jugado un papel importante en la vida política, social, económica y cultural.

Aunque el origen de los museos "in situ" lo hemos entroncado con los museos al aire libre, no deben identificarse totalmente con ellos por cuanto éstos, es decir, los edificios no se presentan en su lugar original, sino que son trasladados a un espacio adecuado, elegido previamente como museo. Sin embargo, tienen algunos aspectos comunes: ambos intentan presentar un período histórico determinado, buscan contextualizar los objetos y desarrollan una función educativa.

El impulso de las excavaciones arqueológicas permitió ir conociendo importantes lugares prehistóricos e históricos; solamente en los últimos años de este siglo, se han llevado a cabo una serie de renovaciones en la presentación de estos yacimientos con el objeto de que sean visitados por el público (Rivière, 1978). Musealizar un yacimiento requiere un proceso de protección, conservación, contextualización y restauración de las ruinas, realizar un itinerario y presentar una información sobre las mismas. Para los objetos muebles es necesario proyectar un museo "in situ". Se han realizado ya diversas experiencias de este tipo como la de la ciudad romana de Augusta Raurica en Suiza (Tomasevic-Bueck, 1985), donde se pudo reconstruir una casa romana.

Esta política de conservación "in situ" se está llevando a cabo, prácticamente, en todos los países del mundo. Uno de los ejemplares más destacados es el Museo de los Guerreros y Caballos de Terracota de Qin Shi Huang en China, fundado en 1979. Existe un proyecto de ampliación de este museo que consiste en crear nuevas salas de exposición, almacenes, laboratorios de conservación, restauración e investigación (Zilin, 1985). También en este continente, durante 1984, se inauguró un nuevo museo "in situ" en la antigua mina de cobre de Tonglushan. Dicho museo consta de tres secciones (Jun, 1984):

- 1) Los pozos de extracción y las galerías.
- 2) Exposición de los objetos, fotografías e informaciones sobre la mina.
- 3) Exhibición sobre la mina y las técnicas de fundición en la antigüedad.

Estos son algunos de los ejemplos que hemos seleccionado para ilustrar una de las más importantes tendencias de la museología que, por otra parte, pueden ampliarse a otros campos como los conjuntos históricos, parques naturales, eco-museos, lugares históricos, etc. Dada la riqueza del patrimonio histórico y cultural de Europa, Middleton (1991: 148) afirma que ésta se está convirtiendo en un gran museo "in situ" donde la fuente de ingresos más importante será, dentro de unos años, consecuencia del turismo cultural.

3.4. Crisis de identidad del museo

Todas estas transformaciones a que estamos asistiendo en el mundo de los museos, evidencian la existencia de una crisis de identidad de dicha institución. Definir, por tanto, la identidad de los museos y su labor parece una condición previa para conocer cualquier tipo de evolución de los mismos. Al hablar del museo se ha recalcado el conocimiento de sus orígenes, de su historia, de sus

colecciones y funciones. Sin embargo, si realizamos un análisis detallado de las raíces del museo, éste ofrecerá muchas más alternativas si partimos de la concepción del museo como símbolo de una identidad cultural y, en consecuencia, representante de una sociedad en constante evolución.

Los museos se caracterizan por una doble responsabilidad, la de preservar la integridad del objeto como elemento de nuestro patrimonio y la de contribuir a la evolución de la sociedad, labor que debe realizar a través de la investigación y de la misión educativa. El equilibrio entre estas dos responsabilidades y la manera que cada una de ellas se aplique van a variar según las épocas y los lugares. Frecuentemente, nos encontramos con la institución basada en el objeto, siendo uno de sus fines prioritarios el de su conservación, pero también se da el caso de la institución basada en la sociedad incluso sin la ayuda de objetos materiales, como son los centros de ciencias que no llevan a cabo una investigación original, sino que únicamente presentan un programa continuo de exposiciones sobre la ciencia.

Muy acertadamente, Cameron (1971) presenta una disyuntiva al ofrecer una visión del museo considerado como templo o como "forum", y afirmando que el museo, por sus funciones, está más cerca de la iglesia que de la escuela puesto que ofrece la oportunidad de reafirmar su fe, al tiempo que es el lugar de experiencias íntimas y privadas y, conceptualmente, puede considerarse como templo de las musas. Mientras que el "forum" es el ámbito apropiado para la confrontación, la experimentación y el debate público. Si el museo desarrolla ambas funciones, pierde su carácter esencial y sus propias responsabilidades sociales. Esta dualidad debe ser claramente diferenciada por los visitantes, dado que existen instituciones que han introducido el "forum" en el interior del templo.

Nos encontramos en un momento de transformación en el que la identidad del museo se encuentra aún fundamentada en el siglo XIX. Los cambios que se han acelerado en estos últimos años, han provocado la crisis de identidad del museo (Van Mensch, 1988). Es evidente que hoy el museo ha pasado de ser considerado "templo de las musas", a convertirse en un lugar de encuentro y en un punto de referencia cultural propio de los "mass-media". A las funciones tradicionales de conservar, exponer e investigar, centradas en las colecciones, actualmente se añaden otras nuevas dirigidas al público que frecuenta los museos. La comunicación, la difusión, el carácter educativo y el sentido lúdico deben formar parte de lo que tiene que ser la esencia y el sentido último de un museo. Sin éstas, el museo deja de cumplir su función primordial que apunta al encuentro directo con el público.

Esta evolución del museo ha tenido lugar debido a una nueva concepción del mismo. Este, ha dejado de considerarse como una realidad estática e inamovible para convertirse en algo dinámico y creativo, que tiende a insertarse dentro de un contexto social que demanda y exige un nuevo tipo de museo acorde con las ideas de los nuevos tiempos. En la actualidad, nos encontramos con dos tipos de museos: los que se aferran a su tradición en una visión miope del pasado y los que, con una perspectiva de futuro y sin renunciar a lo mejor de su pasado, intentan evolucionar y caminar al compás de la sociedad y su desarrollo.

El museo tiene que ser el centro de interacción entre las colecciones y el público. Para que se lleven a cabo estas relaciones dinámicas y enriquecedoras entre profesionales que requieren nuevos espacios arquitectónicos y un mayor número de proyectos que se hagan posible el acercamiento entre público y museo. Y si pretendemos que se dé un enriquecimiento mutuo, es preciso conocer la realidad espacio-temporal del museo y descubrir las características específicas del mismo que nos hablan de su ubicación, del tipo de colecciones que alberga y del medio social que se encuentra. Por otra parte, la dinámica del museo estará en función de un programa museológico previamente elaborado y de un equipo interdisciplinar formado por arquitectos, diseñadores y museólogos que, a través de la presentación museal, intenten "seducir" al público (Viel et De Guise, 1992: 18).

El museo tradicional ha cambiado. Frente al paradigma del museo decimonónico de arte, han surgido una gran variedad de museos que abarcan todos los dominios del saber y de la experiencia humana. Incluso, dentro del mundo artístico, se han producido innovaciones importantes con la aparición de una serie de movimientos artísticos, cuyas creaciones van a imponer una nueva relación con el espacio museístico. Según Besset (1993), este hecho ha supuesto una crisis del museo provocada por una nueva manera de concebir el arte. Se renuncia a la estética que "per se" tiene la obra artística, para concebirla dentro de un espacio museístico concreto y que ha de influir en la manera de percibirlo desde la óptica del espectador. La aparición de nuevas instituciones, como los centros de interpretación, científicos o de patrimonio, aunque hoy se les considere como "paramuseos", suponen un serio interrogante sobre el concepto de museo basado en las colecciones y en la conservación de las mismas. La creación de dichas instituciones científicas, en las que prima el discurso, pueden llegar a transformar el museo en un banco de datos y, por tanto, en un centro de tratamiento informático.

Estas nuevas instituciones que, por sus características, aún no se incluyen en la definición actual de museo, nos lleva a plantearnos cómo dicha definición es estática, frente a la realidad dinámica del propio museo. Ante esta situación, la museología en cuanto ciencia del museo no tiene nada de efímero puesto que se centra en las definiciones y tipologías descriptivas. Pero en ningún caso podrá establecer una norma válida para los museos a escala mundial y menos teniendo en cuenta la función cambiante de éstos según las variantes sociales y culturales. Por esta razón, la museología no debe ser considerada como una ciencia normativa que impone sus criterios, sino que han de ser el propio museo y la comunidad los que, teniendo en cuenta su situación política, económica y cultural, elijan los objetivos y la política a seguir. No debemos olvidar que el museo ha de estar en función del público, para educar y comunicar, sin relegar la misión de conservar los testimonios culturales que ha de transmitir a las generaciones futuras. De ahí, nuestra responsabilidad bien como simples usuarios o como profesionales de los museos. Podemos afirmar que los museos del futuro serán como hoy los concebimos.

Para finalizar, queremos resaltar el carácter canalizador de la cultura que posee el museo. Tras un largo período "inmovilista" del museo en el que éste aparece anclado en su propia tradición, se han sucedido, a partir de la segunda guerra mundial, una serie de transformaciones profundas que han afectado a la propia

estructura e identidad del museo. Todo ello, desembocará en una nueva concepción de la institución como depositaria del acervo cultural de la Humanidad, cuya finalidad es ser vehículo de transmisión del mismo a las generaciones futuras.

3.5. El Consejo Internacional de Museos

El Consejo Internacional de Museos, más conocido por las siglas ICOM -International Council of Museums-, es un organismo de carácter profesional, institucional y no gubernamental, cuyo objetivo principal es la promoción y el desarrollo de los museos en todo el mundo. Creado en 1946, cuenta actualmente con más de 8000 miembros en 120 países. Está asociado a la Unesco como organización no gubernamental de categoría A y goza de un estatuto consultivo en el seno del Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas. La Secretaría y el Centro de Información, con sede en París, aseguran el funcionamiento cotidiano de la organización y la coordinación de sus actividades y programas. El Centro de Información constituye la biblioteca especializada más importante del mundo en lo que respecta a los aspectos de administración y funcionamiento de los museos. Este organismo sucedió al Servicio Internacional de Museos creado en 1926 por la Sociedad de Naciones. A él se debe la publicación de la revista *Museion*.

Según sus Estatutos, el ICOM persigue los siguientes objetivos:

- Fomentar y mantener la creación, el desarrollo y la gestión profesional de todas las categorías de museos.
- Hacer comprender y conocer la naturaleza, las funciones y el papel de los museos al servicio de la sociedad y de su desarrollo.
- Organizar la cooperación entre los museos y los miembros de la profesión museal en los diferentes países.
- Representar, defender y promover los intereses de todos los profesionales de los museos.
- Hacer progresar y difundir el conocimiento en los dominios de la museología y de las disciplinas afectadas por la gestión y actividades del museo.

Su organización se basa en un Consejo Ejecutivo, con sede en París. Controla la composición y funcionamiento de todos los órganos del ICOM, asegura la gestión financiera y la puesta en práctica de todos los programas. La Asamblea General, aprueba los Estatutos que se renuevan cada cierto tiempo, se reúne cada tres años en un país diferente y realiza la programación de actividades para el siguiente trienio. La última Asamblea General se reunió en Québec (Canadá), del 19 al 26 de Septiembre de 1992 y trató el tema "Museos, ¿posibilidades sin fronteras?".

Los Comités Nacionales, reúnen a los miembros de un mismo país, bien se trate de miembros del ICOM a título individual, de miembros benefactores o miembros institucionales y tienen como objetivos primordiales:

- "Apoyar y promover los objetivos y los proyectos del ICOM entre los profesionales de los museos del país y contribuir a la realización de los programas del ICOM.

- Buscar nuevos miembros del ICOM en el país.
- Ser el principal instrumento de comunicación entre el ICOM y los miembros del país.
- Asegurar la gestión de los intereses del ICOM en el país.
- Representar los intereses de los miembros del país ante la Secretaría del ICOM.
- Cooperar con los Comités Internacionales del ICOM y las organizaciones nacionales e internacionales interesadas en los museos y las profesiones que se relacionan." (Consejo Internacional de Museos, 1991: 2).

Los Comités Internacionales agrupan a los especialistas de cada materia, desarrollando uno de los principales trabajos del ICOM y teniendo un carácter exclusivamente profesional. Entre sus objetivos más importantes podemos citar los siguientes:

- "Sostener los proyectos y objetivos del ICOM, en una determinada especialidad.
- Contribuir a la elaboración y a la puesta en marcha del programa del ICOM.
- Elaborar y ejecutar un programa de actividades en relación con una especialidad.
- Servir de instrumento de comunicación, de cooperación y de intercambio de informaciones entre los museos, los profesionales del museo y los organismos interesados por el ámbito de la especialidad.
- Asesorar al ICOM en la especialidad respectiva y suministrar una asistencia profesional para ayudar a la puesta en marcha del programa del ICOM.
- Representar los intereses específicos de cada Comité dentro del marco del ICOM.
- Cooperar con los Comités Nacionales, las Organizaciones Regionales del ICOM, con los otros Comités Internacionales y las organizaciones afiliadas en las esferas que se relacionan con las actividades específicas del Comité y con los intereses generales del ICOM". (Consejo Internacional de Museos, 1991: 8-9)

4

ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LOS MUSEOS

En España, al igual que en la mayoría de los países europeos, los museos son, en general, instituciones financiadas con fondos públicos y dependen ya sea de la Administración Central o de otros Organismos públicos (Fig. 18a). Dicha dependencia va a determinar la gestión y organización de cada una de las instituciones que se regirán por el actual Reglamento de museos. A su vez, existen patrimonios especiales como el de la Iglesia y no faltan tampoco las instituciones de carácter privado gestionadas, habitualmente, a través de fundaciones, aunque en la actualidad representen un porcentaje escasamente significativo dentro del panorama museístico español.

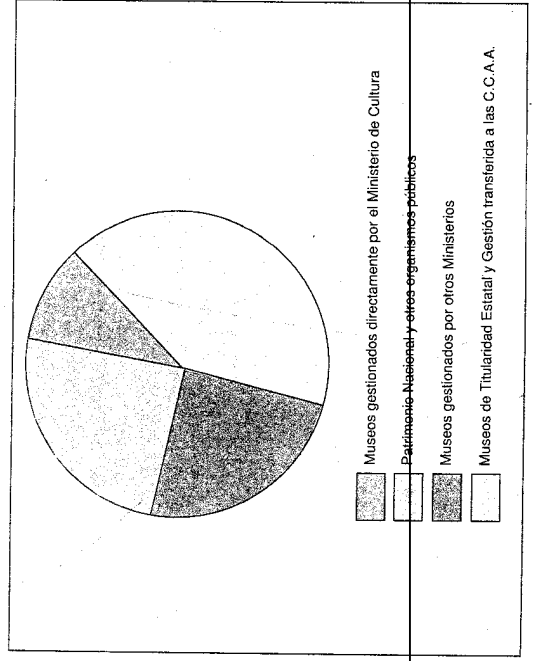


Figura 18 a. Porcentajes de Museos Estatales según las distintas dependencias administrativas (según datos del Ministerio de Cultura, 1990)