



2006/DIV.02rev1

Consejo Internacional de Museos

Política Operativa

OP 07.04

ASUNTO: Patrocinios

FECHA: 1º de junio de 2007

OBJETIVO:

El objetivo de la presente Política Operativa es definir y establecer la política del Consejo Internacional de Museos en materia de patrocinios. Esta política describe los derechos y responsabilidades del ICOM y de los patrocinadores.

REVISIÓN:

La presente Política Operativa (OP) será revisada por el Presidente del Comité de Asuntos Jurídicos y el Director General el 1º abril de cada año civil par. Las recomendaciones relativas a las revisiones deberán llegar a manos del Consejo Ejecutivo el 1º de mayo a más tardar.

POLÍTICA

A efectos de la presente Política Operativa, los patrocinios abarcan actividades como la aprobación o el aval de alguien (personas) o algo (eventos, instituciones u organizaciones) y comprenden distintas formas de ayuda o asistencia, financiera o material.

En lo que respecta a los patrocinios, al ICOM le interesan dos aspectos. El primero es el patrocinio de eventos del ICOM por parte de organizaciones, empresas y personas externas a la Organización. El segundo es el patrocinio de acontecimientos por parte del ICOM mediante la utilización de su identidad, nombre o emblema. Habida cuenta de que ambos elementos son importantes para el ICOM, es imperativo que ninguna razón de índole ideológica, política o financiera prevalezca sobre una utilización razonable del nombre del ICOM y la reputación de que goza en el ámbito profesional.

No se deben iniciar ni permitir patrocinios por parte del ICOM, o en beneficio suyo, que puedan perjudicar a la credibilidad de la Organización y la situación que ocupa en el ámbito profesional.

Los Comités Nacionales e Internacionales, las Alianzas Regionales y las Organizaciones Afiliadas y los miembros individuales no deberán promover,

alentar o permitir ningún patrocinio de una actividad del ICOM que apruebe, o dé la impresión de aprobar, productos o servicios comerciales.

En todas las actividades de patrocinio se deben mantener el honor y la dignidad del ICOM y la profesión museística.

PATROCINIO DE EVENTOS DEL ICOM

- a. El patrocinio de eventos del ICOM –reuniones, coloquios, talleres y actos diversos– por parte de entidades comerciales o filantrópicas es a menudo deseable y necesario. No obstante, todas las actividades de evaluación deben ser objeto de una evaluación cuidadosa en la que se preste atención a la índole, reputación e intenciones de quienes se ofrezcan como patrocinadores.
- b. Los Comités Nacionales e Internacionales, las Alianzas Regionales y las Organizaciones Afiliadas podrán recibir ayuda financiera o en especie para la realización de eventos, reuniones, coloquios o talleres, con tal de que esto no perjudique en modo alguno la integridad jurídica o ética del ICOM.
- c. Los Comités Nacionales e Internacionales, las Alianzas Regionales y las Organizaciones Afiliadas que reciban para la realización de eventos, reuniones, coloquios o talleres, una ayuda financiera o en especie proporcionada por entidades comerciales o filantrópicas, podrán reconocer esa ayuda incluyendo en el programa de esas actividades una declaración y el emblema de la empresa u organización patrocinadoras, con tal de que el emblema del ICOM no ocupe una posición de importancia menor que el de la entidad patrocinadora (véase la Política Operativa sobre las publicaciones).
- d. Los Comités Nacionales e Internacionales, las Alianzas Regionales y las Organizaciones Afiliadas no deberán ceder al patrocinador el control del contenido de ningún evento, reunión, coloquio o taller.
- e. Los patrocinadores no deberán servirse de la afiliación al ICOM, ni tampoco de sus recursos y su influencia, para realizar actividades locales, nacionales e internacionales que promuevan objetivos comerciales o particulares, o intereses ideológicos, financieros o políticos.
- f. El ICOM tiene el derecho exclusivo a utilizar la denominación “Consejo Internacional de Museos” (en todos los idiomas), el acrónimo “ICOM” y el emblema de la Organización, así como a autorizar o denegar a terceros el uso de estos tres elementos.
- g. Los patrocinadores no podrán utilizar la denominación “Consejo Internacional de Museos” (en ningún idioma), ni el acrónimo “ICOM”, ni el emblema de la Organización en relación con un producto o servicio, a no ser que el Director General lo autorice por escrito.
- h. Los patrocinadores no podrán utilizar la denominación “Consejo Internacional de Museos” (en ningún idioma), ni el acrónimo “ICOM”, ni el emblema de la Organización en relación con una actividad o programa, ni como parte de un

nombre compuesto, para identificar programas conexos. Por ejemplo, la denominación y el emblema no deben figurar en papeles y sobres de correspondencia, boletines, comunicados de prensa, empresas o servicios comerciales producidos por el patrocinador.

- i. Los patrocinadores no podrán utilizar la denominación “Consejo Internacional de Museos” (en ningún idioma), ni el acrónimo “ICOM”, ni el emblema de la Organización, por separado o conjuntamente, con el nombre de cualquier otro programa, persona o actividad con miras a recaudar fondos para actividades distintas de las que autorice el ICOM.
- j. El uso de la denominación “Consejo Internacional de Museos” (en todos los idiomas), del acrónimo “ICOM” y del emblema de la Organización necesita una autorización por escrito del Director General del ICOM.

PATROCINIO DE EVENTOS POR PARTE DEL ICOM

- a. El ICOM reconoce la importancia que reviste el hecho de estimular la interacción entre sus miembros y el sector público y el privado como medio para promover los valores y convicciones de la profesión museística. No obstante, el patrocinio de cualquier evento o actividad distintos de los organizados y supervisados por organismos reconocidos del ICOM deberá ser objeto de un atento examen por parte del Director General, del Presidente del Comité de Asuntos Jurídicos y del Presidente de la Organización. Los casos que planteen un problema especial deberán someterse al Consejo Ejecutivo para que adopte una decisión definitiva.
- b. Todas las solicitudes dirigidas al ICOM para que éste otorgue su patrocinio deberán presentarse por escrito con una descripción detallada del proyecto, el público destinatario, el presupuesto, el grado de patrocinio solicitado y un enunciado claro de la manera en que el evento en cuestión guarda relación con la misión del ICOM. La solicitud deberá ser firmada por la parte solicitante y aprobada por el Presidente del Comité Nacional del país o Estado en que vaya a tener lugar el evento. El Director General debe recibir el documento completo como mínimo seis (6) meses antes de la fecha del evento. La parte solicitante no debe emprender acción alguna hasta que no reciba la correspondiente autorización escrita del ICOM.
- c. Por regla general, el ICOM no prestará su nombre y emblema, ni dará su aprobación, a organizaciones, eventos, personas u otras entidades, a no ser que sea para actividades que guarden una relación directa con la misión de la Organización o que hayan sido emprendidas a iniciativa de organismos autorizados del ICOM, por ejemplo los Comités Nacionales e Internacionales, las Alianzas Regionales y las Organizaciones Afiliadas.
- d. La fecha, el lugar, la información y los contactos para las reuniones y eventos organizados por iniciativa de los Comités Nacionales e Internacionales, las Alianzas Regionales y las Organizaciones Afiliadas deberán comunicarse a la Secretaría para que ésta los publique en el boletín *Noticias de ICOM*, a fin de informar a todos los miembros que pudieran tener interés en acudir a ellos.

- e. Los miembros individuales del ICOM no acordarán una relación de patrocinio con un empresa privada o entidad profesional, a no ser que reciban la correspondiente autorización por escrito del Director General, que habrá consultado previamente al Presidente del Comité de Asuntos Jurídicos, el Presidente de la Organización y cualquier otra parte interesada que desee tener conocimiento del caso.
- f. Ningún Comité Nacional e Internacional, Alianza Regional y Organización Afiliada acordará una relación de patrocinio con una empresa privada, una entidad profesional o una organización filantrópica, que suponga una aprobación por parte de la Organización.
- g. Los miembros individuales no deberán hacer un uso de la denominación “Consejo Internacional de Museos” (en ningún idioma), ni del acrónimo “ICOM”, ni del emblema de la Organización, que suponga un patrocinio implícito para obtener ventajas o ganancias personales. Esta restricción no comprende las menciones de servicios que figuran en los *curricula vitae*.

Declaración general sobre los patrocinios

Teniendo en cuenta que en una Política Operativa es imposible abordar todos los casos hipotéticos de patrocinio, la presente declaración general servirá de directriz para el proceso de adopción de decisiones.

El ICOM no acordará ningún patrocinio que vaya en detrimento o perjuicio de los valores profesionales y éticos que defienden la Organización y sus miembros. El ICOM tampoco participará con conocimiento de causa en actividades de patrocinio que, de forma directa o indirecta, ignoren, desnaturalicen o envilezcan el patrimonio cultural o natural de un pueblo.