



El Museo:

Informe sobre las opiniones de los miembros del ICOM para una nueva definición de museo

Análisis e informes independientes elaborados para el Comité de Definición del ICOM

22 de Junio 2021

Objetivos y Metodologías



- PASO 3: Consulta 2 – Propuesta de **palabras/conceptos clave: ¿Qué debería ser parte de la nueva definición de museo?** - 3 meses [10 ene. 2021 - 20 abr. 2021]
- Se solicita a los comités que presenten un máximo de 20 palabras o conceptos clave (ideas, términos, frases, etc.) y sus descripciones con respecto a lo que debe contener una nueva definición de museo. Los presidentes de cada comité envían las respuestas a través de un formulario en línea, basándose en la consulta realizada a sus miembros.
 - Los comités pueden entregar todas las respuestas a la consulta en cualquiera de las tres lenguas oficiales, y todos los informes y resultados publicados también serán traducidos de forma oficial, revisados por los miembros de ICOM Define.



- PASO 4: Análisis cuantitativo y cualitativo de la Consulta 2 - 2 meses [23 abr. 2021 - 23 junio 2021]
 - El análisis será supervisado por ICOM Define: Se creará un subcomité (3-4 representantes de MDPP2) para evaluar el análisis.

Paso 4 - Enfoque Analítico

1) Traducción al inglés de ámbitos específicos

- Las respuestas (sólo los términos) en español y francés se traducen al inglés, con notas sobre varios significados posibles, términos difíciles de traducir...

2) Análisis preliminar de datos / agrupamiento

- Se realiza una primera codificación, agrupando sólo los términos que son iguales (por ejemplo, educación=educar)

3) Análisis Cualitativo

- Triangulación de significados: unión de conocimientos lingüísticos, analíticos y museológicos
- Análisis entre grupos: ¿hay términos que sean claramente equivalentes (sólo variación semántica)?
- Análisis dentro del grupo: ¿todos dan el mismo significado a la misma palabra?
- ¿Cuáles son las diferentes dimensiones en los datos?

4) Cuantificación Final

- Recodificación según los resultados del análisis cualitativo
- Análisis de redes: correlación entre términos, términos y geografía

5) Visualización e Informes

- Términos mencionados, organizados por dimensión
- Diseño de Visualización – dependiendo de los resultados:
 - Visualización potencial - Mapa de términos: relación entre términos
 - Visualización potencial - Mapa de términos: geográfico
- Otros hallazgos posibles

Paso 4 - Enfoque Analítico

1. Metodología del Grupo de Análisis Externo ICOM Define

El presente trabajo fue diseñado para garantizar la mayor calidad posible en el análisis de los datos recibidos en el marco de la encuesta, considerando cuidadosamente desde los posibles matices en las traducciones del español y el francés al inglés, pasando por la generación de grupos de significados entre los términos recogidos y la aplicación de las técnicas de análisis de la base cuantitativa, apoyadas por un trabajo cualitativo y de visualización de datos para su presentación posterior.

2. Traducción al inglés de los ámbitos específicos de las respuestas (sólo términos)

En este sentido, el trabajo -tras una primera revisión de los datos- se inicia con la traducción de los términos del francés y el español al inglés, con el fin de unificar el lenguaje de la información y con el objetivo de detectar posibles cuestiones a tener en cuenta como posibles significados múltiples o conceptos de difícil traducción, teniendo en cuenta también la aportación del campo de conocimiento específico.

3. Análisis preliminar de datos / agrupación

Se realiza una primera codificación de los datos, agrupando previamente los términos potencialmente equivalentes (educación=educar) para facilitar el flujo de análisis a nivel operativo. Esta primera agrupación de datos, al igual que el resto, se revisaría periódicamente para comprobar su vigencia.

Una vez finalizada esta primera organización de los datos, se procedió a una primera aproximación cualitativa a los mismos. Este proceso de análisis comenzó con una "triangulación de significados" entre los miembros del equipo de análisis, que incorporó aportaciones lingüísticas, analíticas y museísticas de expertos.

4. Análisis de datos cuantitativos / cualitativos

A continuación, se propuso un proceso de profundización del estudio, analizando -a partir de las descripciones de los términos recogidos en la encuesta- el posible grado de equivalencia semántica de los términos entre sí (análisis entre grupos) y contrastando los distintos términos para detectar posibles significados diferentes entre las respuestas al referirse al mismo término.

Finalmente, y a partir de este trabajo de complejización y organización de los datos, se procedió a desarrollar un sistema de dimensiones orientativas que facilitará los siguientes pasos del análisis, los cuales explicaremos más adelante.

5. Visualización y presentación de datos

Objetivos y metodología de la investigación



Objeto de Investigación

Comentarios por escrito de los Comités del ICOM, solicitados y enviados en formato digital, que incluyan hasta 20 términos propuestos para formar una nueva definición de los museos



Objetivos

Cuantificar y comprender los comentarios de los Comités del ICOM, con el fin de informar al Comité de Definición del ICOM sobre los componentes de la Definición solicitados y sus significados subyacentes

Objetivos y metodología de la investigación



Muestra

- ✓ 97 respuestas recibidas, 96 efectivas (1 respuesta vacía)
 - ✓ 1659 términos (en promedio 17 términos por respuesta),
 - ✓ 1231 descripciones explicativas (74% de los términos con descripción)
- ✓ Idiomas: 68 en inglés, 15 en francés, 14 en español

96 respuestas



1659
términos
(17 por
respuesta)



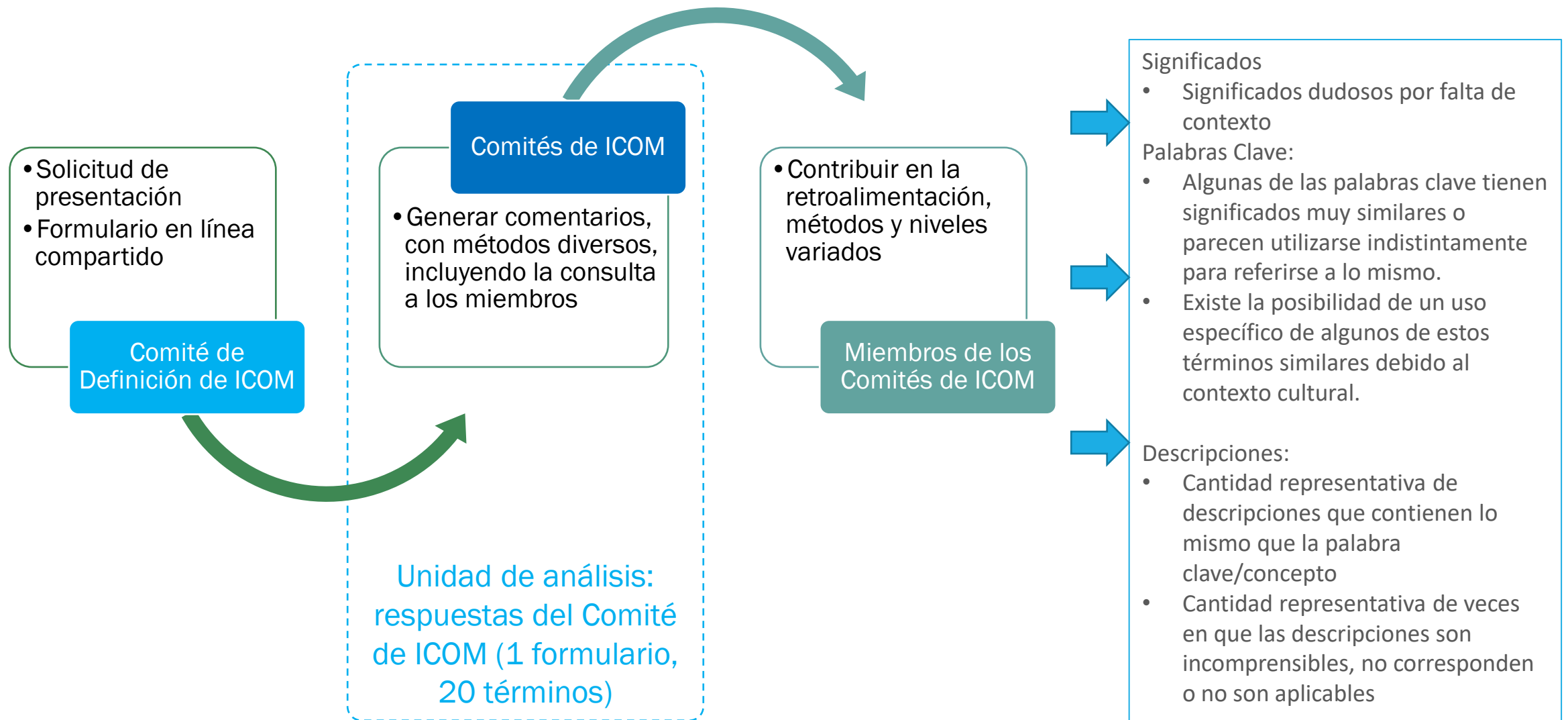
1231 descripciones de apoyo
El 74% de los términos tiene
alguna descripción



2085 términos-
conceptos
después de la
revisión

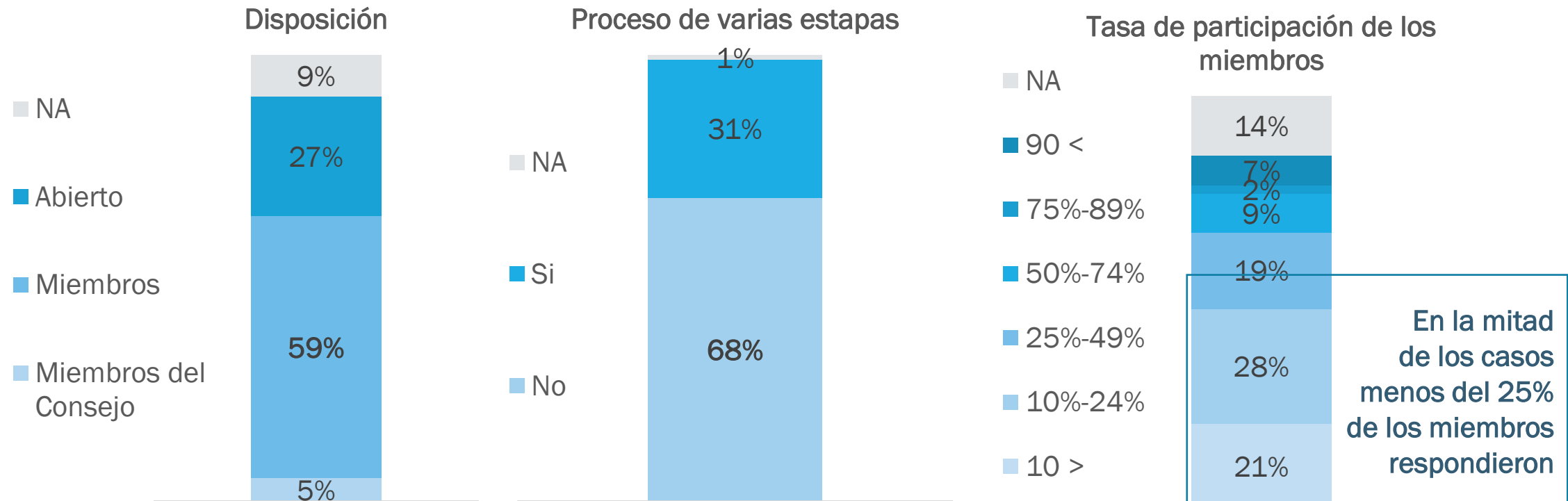
Para el análisis, los términos compuestos por varias palabras se descomponen para tener en cuenta todas las partes del significado p.ej. Espacio para la inclusion → “Espacio”, “Inclusivo”

Paso 3 - Consulta 2: Procesos de recopilación de datos



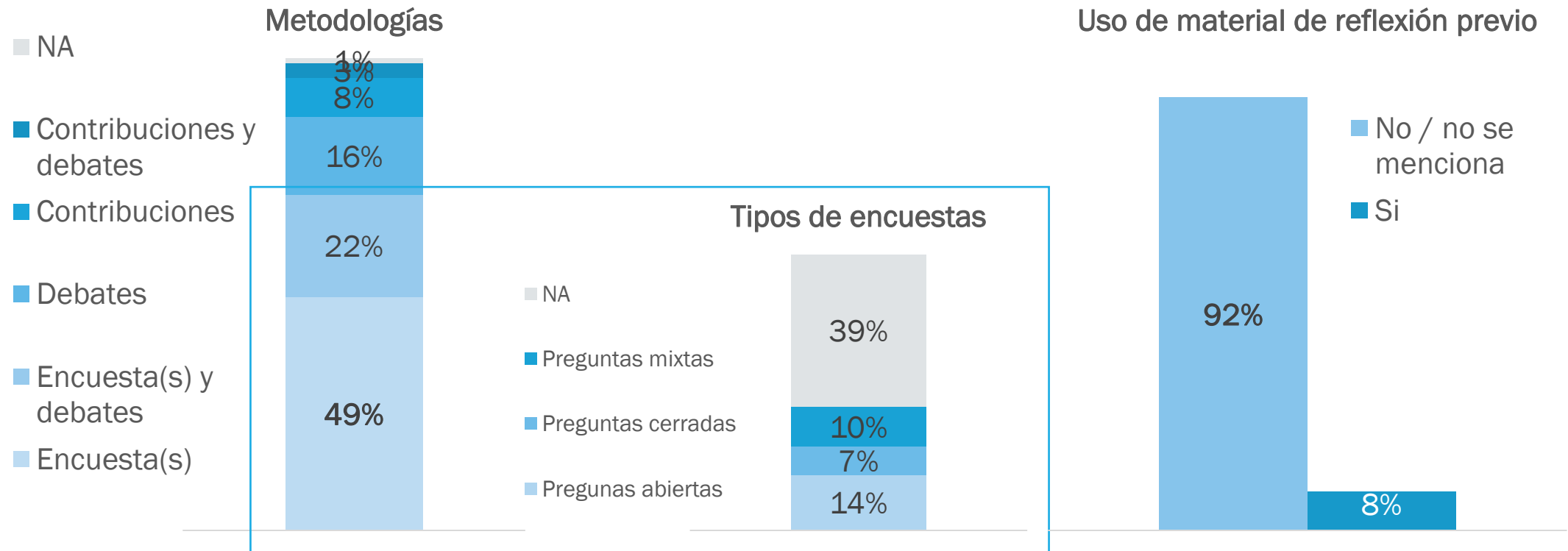
Paso 3 - Consulta 2: Recopilación de Datos por parte de los Comités

Proceso y Participación



Base: todos los comités (97)

Paso 3 - Consulta 2: Recopilación de Datos por parte de los Comités Metodologías



Base: todos los comités (97), para los tipos de encuesta todos los comités que utilizaron encuestas (69)

Paso 4 - Enfoque Analítico

- ✓ Cada comité describió su propio proceso en pocas palabras, que clasificamos de la siguiente manera según su estructuración:
 - Encuestas, en las que los encuestados deben responder a preguntas estructuradas (formularios en línea, cuestionarios, etc.)
 - Contribuciones, que son propuestas menos estructuradas y más espontáneas, recogidas en las redes sociales, por correos electrónicos u otros canales de comunicación.
 - Debates, que permiten a los encuestados intercambiar opiniones sobre la definición del museo o discutir los resultados de (seminario por en línea, foro abierto, sesión de taller, seminario, reuniones de zoom, etc.)

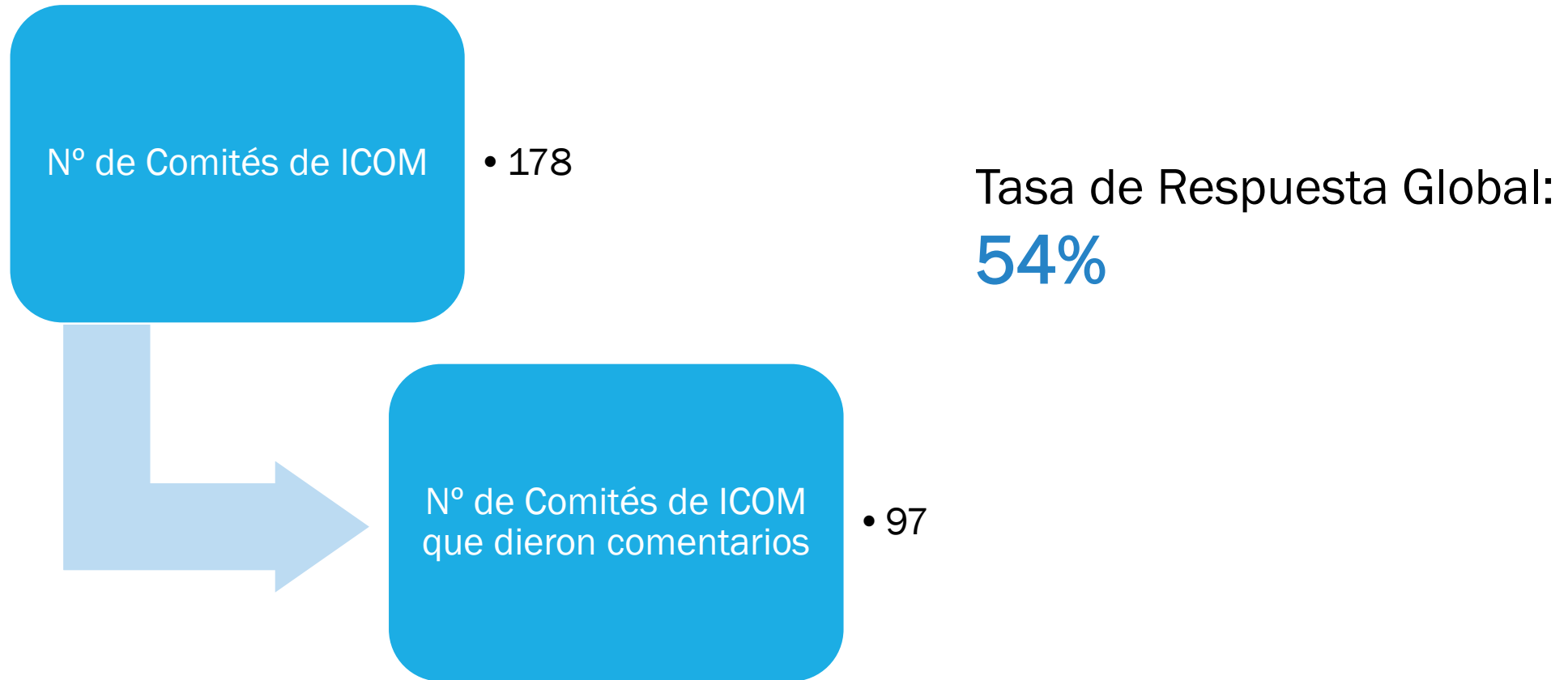
En varios casos, los comités pueden haber utilizado uno o varios de estos métodos.

Paso 4 - Enfoque Analítico

- ✓ Las encuestas fueron la metodología más utilizada, ya sea exclusivamente (representando el 49,48% de las consultas) o combinada con debates (21,65%). Los debates sólo fueron utilizados por el 16,45% de los comités, pero también podían utilizarse junto con las contribuciones y por el 8%.
- ✓ En cuanto a las encuestas propiamente dichas (69 encuestas de 97 respuestas), 14 comités indicaron que utilizaron preguntas abiertas, 7 que utilizaron preguntas cerradas y 10 que mezclaron preguntas abiertas y cerradas. Sin embargo, estas respuestas deben ser matizadas teniendo en cuenta el hecho de que no disponemos de datos sobre más de la mitad de las encuestas.
- ✓ Aunque las metodologías pueden haberse combinado de diferentes maneras, también hay que tener en cuenta que los comités pueden haber procedido en diferentes etapas, tanto si los métodos eran los mismos (por ejemplo, dos encuestas) como si eran mixtos (encuesta y debate). Mientras que el 69,07% de los comités declararon tener un único proceso en marcha, el 29,90% ha desarrollado un proceso de varias etapas.
- ✓ Por último, esta consulta es una continuación del trabajo previo realizado por los comités (y enviado especialmente a ICOM Define durante la Consulta 1). Sin embargo, sólo el 8% de los comités ha mencionado que este trabajo anterior se ha tenido en cuenta en la metodología establecida únicamente para esta consulta.
- ✓ Por lo tanto, las metodologías utilizadas para llevar a cabo esta consulta son particularmente complejas y muestran una verdadera diversidad en términos de proceso, inclusión y participación.

Composición de la Muestra

Paso 3 - Consulta 2: Respuesta



➔ Con un intervalo de confianza del 95% y bajo el supuesto de máxima incertidumbre ($p=q=0,5$) en los resultados, el margen de error de los resultados generales, si se recogen con metodología aleatoria, alcanzaría los **6,94 puntos porcentuales**.

Paso 3 - Consulta 2: Respuesta

Comités Nacionales



118 CNs

62 Respuestas de CN

53% tasa de respuesta

Comités Internacionales



32 CIs

26 Respuestas de CI

81% tasa de respuesta

Alianzas Regionales



7 ARs

5 Respuestas de AR

71% tasa de respuesta

Organizaciones Afiliadas

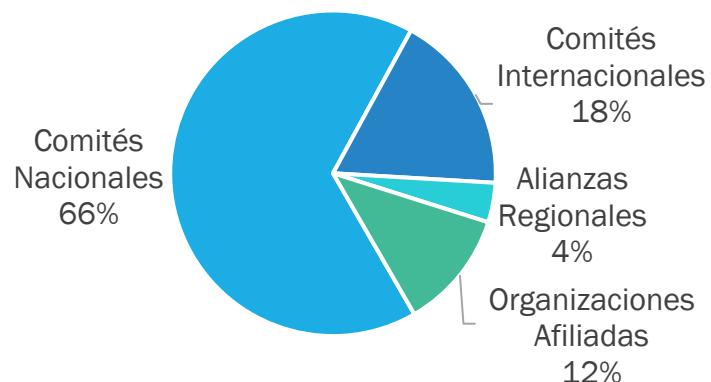


21 OAs

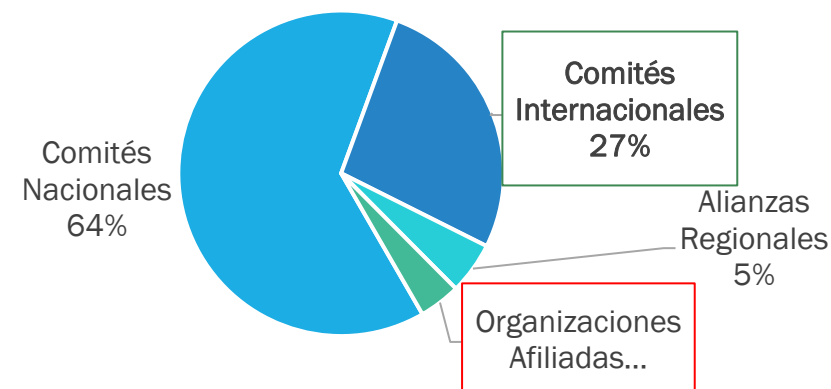
4 Respuestas de OA

19% tasa de respuesta

Composición del Comité ICOM









Grupo de Respuestas del Comité de ICOM

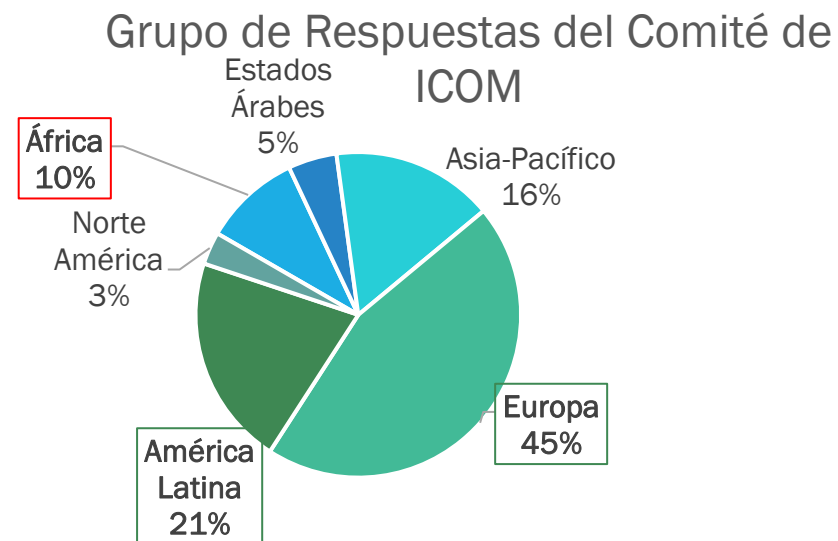
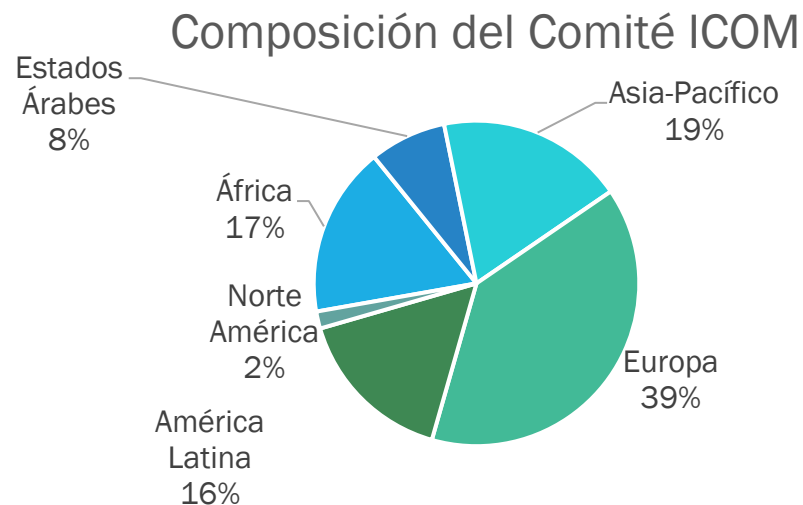


Comentario

Todos los tipos de comités están representados, pero las organizaciones afiliadas están poco representadas (19% de las respuestas).

Paso 3 - Consulta 2: Resultados de la recolección de datos

África	Estados Árabes	Asia-Pacífico	Europa	América Latina	Norte América
					
20 CNs	9 CNs	22 CNs	46 CNs	19 CNs	2 CNs
6 respuestas	3 respuestas	10 respuestas	28 respuestas	13 respuestas	2 respuestas
30% tasa de respuesta	33% tasa de respuesta	45% tasa de respuesta	61% tasa de respuesta	68% tasa de respuesta	100% tasa de respuesta



Comentario

Todas las regiones están representadas, con la representación más baja (30%) la de los comités de África y la más alta los de América

Paso 3 - Consulta 2: Comités por región

África

- Costa de Marfil
- Kenia
- Namibia
- Nigeria
- Tanzania
- Túnez

Estados Árabes

- Jordania
- Líbano
- Turquía
- + *ICOM ARABIA*

Asia-Pacífico

- Australia
- Camboya
- China
- Japón
- Corea
- Malasia
- Mongolia
- Nueva Zelanda
- Filipinas
- Singapur
- + *ICOM ASPAC*

Europa

- Austria
- Bélgica
- Croacia
- República Checa
- Dinamarca
- España
- Estonia
- Finlandia
- Francia
- Alemania
- Grecia
- Irlanda
- Israel
- Italia
- Letonia
- Luxemburgo
- Mónaco
- Países Bajos
- Noruega
- Polonia
- Portugal
- Rusia
- Serbia
- Eslovaquia
- Eslovenia
- Suecia
- Suiza
- REINO UNIDO
- + *ICOM Europa*
- + *ICOM SEE*

América Latina

- Argentina
- Brasil
- Chile
- Colombia
- Costa Rica
- Cuba
- Ecuador
- Guatemala
- Haití
- México
- Perú
- Uruguay
- Venezuela
- + *ICOM LAC*

Norte América

- Canadá
- EE.UU.

Paso 3 - Consulta 2: Participación de los Comités del ICOM (Nombre tal cual se recibió, en orden alfabético)

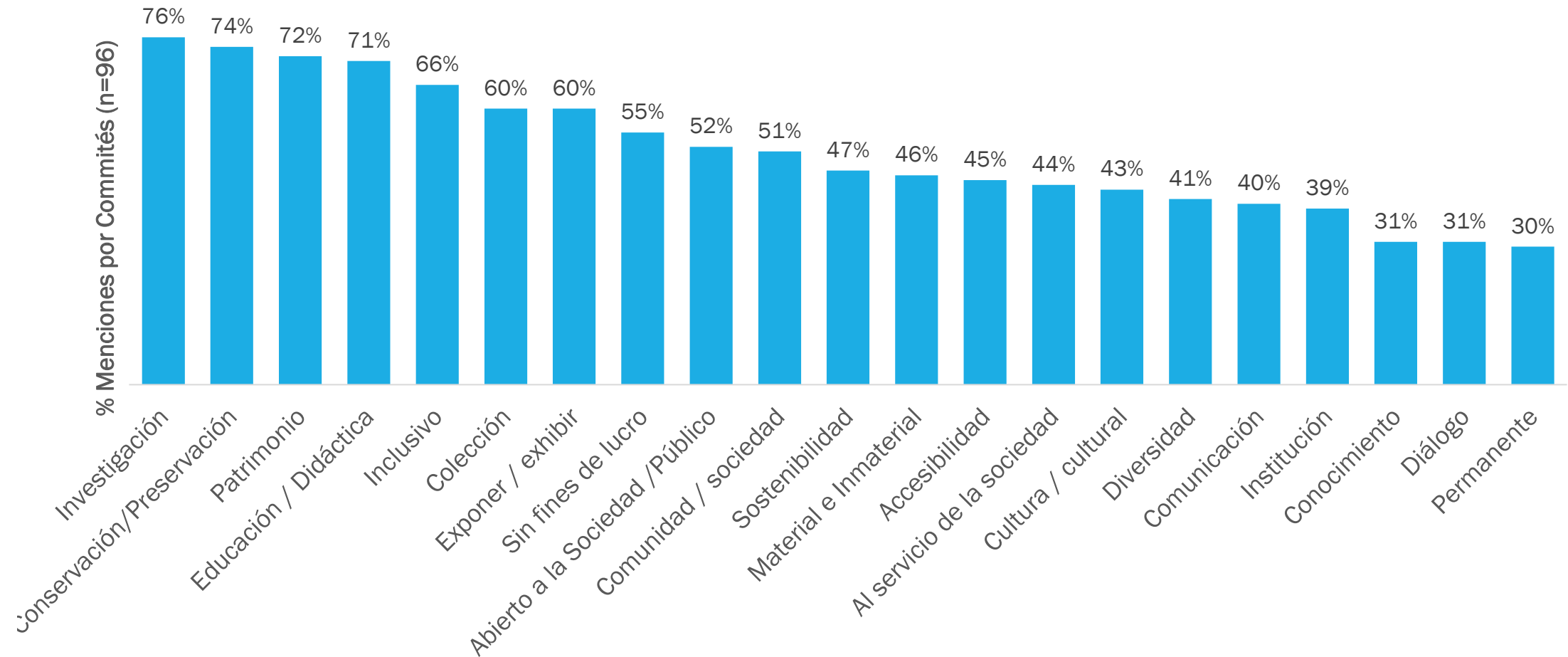
Alianza Regional del ICOM para América Latina y el Caribe - LAC	ICOFOM	ICOM Norway
Asociación Museos Marítimos del Mediterráneo	ICOM Mongolia	ICOM Perú
ASPAC	ICOM Aotearoa New Zealand	ICOM Poland
CAMOC	ICOM Arab	ICOM Russia
CECA	ICOM Argentina	ICOM Serbia
CIMCIM	ICOM Australia	ICOM Singapore
CIMUSET	ICOM Austria	ICOM Slovakia
CIPEG	ICOM Brasil	ICOM SLOVENIA
COMCOL	ICOM CAMBODGE	ICOM Suisse
Comité Chileno de Museos, ICOM-Chile	ICOM China	ICOM Sweden
Comité Cubano de ICOM	Icom Colombia	ICOM TURKEY
Comité Nacional AMG-ICOM Guatemala	ICOM Costa Rica	ICOM UK
COMITÉ NACIONAL ESPAÑOL - ICOM ESPAÑA	ICOM COSTUME	ICOM URUGUAY
Comité Nacional Mexicano de ICOM	ICOM CROATIA	ICOMAM
Comité National Belgique	ICOM Czech Republic	ICOM-Canada
COMITE NATIONAL DE MONACO	ICOM Ecuador	ICOM-CC (Committee for Conservation)
Comité National Hellénique	ICOM Estoina	ICOM-US
Comité National ICOM Cote d'Ivoire	ICOM EUROPE	ICOM-Venezuela
Comité National ICOM Liban	ICOM France	INTERCOM (International Committee for Museum Management)
Comité nationale des musées en Tunisie	ICOM Germany - National Committee	International Coalition of Sites of Conscience
DEMHIST	ICOM HAITI	International Committee for Regional Museums (ICR)
Disaster Resilient Museums Committee	ICOM Ireland	International Committee on Ethical Dilemmas (IC Ethics)
Federation of International Human Rights Museums (AO)	ICOM ITALY	Israel
Finland	ICOM Jordan	Japan
GLASS	ICOM Kenya	Malaysia National Committee
IC ICTOP	ICOM Korea	NC ICOM Denmark
ICAMT	ICOM Latvia	NG- Nigeria NC
ICDAD	ICOM Luxembourg	Philippines National Committee
ICEE	ICOM MPR	Portugal
ICFA	ICOM Namibia	RA ICOM SEE
ICMAH	ICOM NATHIST	Tanzania NC
ICMEMO	ICOM NL (Netherlands)	The Association of European Open Air Museums (AEOM)
		UMAC

Resultados

Resultados generales: Términos principales

Total de términos identificados:
127

Términos mencionados por al menos el 30% de los comités



Resultados generales: Otros términos mencionados

Total de términos identificados:
127

Disfrute/ Entretenimiento	29%
Interpretación	27%
Memoria	27%
Participación	27%
Futuro	26%
Igualdad / equidad / acceso igualitario	24%
Desarrollo	23%
Espacio	22%
Adquisición	18%
Crítico	17%
Bienestar	17%
Humanidad	17%
Salvaguardar	16%
Transparencia	16%
Museo	16%
Experiencia/ vivencial	16%
Pensamiento/reflexión	16%
Documentación	15%
Democracia	15%

Lugar	14%
Naturaleza/natural	14%
Entidad/acción sostenibilidad	13%
Colaboración	13%
Valor/valores	13%
Rendición de cuentas	11%
Ética / Código deontológico	11%
Compromiso	11%
Aprendizaje	11%
Transferir / transmitir	11%
Alianzas / red	10%
Justicia Social	10%
Identidad	9%
Empatía, comprensión	9%
Artefactos	9%
Derechos Humanos y dignidad	9%
Profesional	8%
Responsabilidad Social	8%
Entorno / ambiente	8%
Ciencia	8%
Social	8%

% de menciones por los Comités (n=96)

Resultados generales: Otros términos mencionados - 2

Total de términos identificados:
127

Activo	7%
Inspiración	7%
Digital	7%
Pasado / historia / histórico	7%
Presente / contemporáneo	7%
Audiencia	7%
Respeto	7%
Custodiar / Administrar	6%
Divulgar	6%
Interacción / interactivo	6%
Promover	6%
Dinamismo	6%
Multi foco/estrato/disciplina	6%
Creatividad	6%
Compartir/repartir	6%
Información	5%
Adaptable / flexible	5%
Independiente / Autónomo	5%
Confianza	5%
Enriquecimiento, iluminación	5%
Intercambio	5%
Evidencia/Documentos	5%
Cuido	4%
Difusión	4%
Gestión	4%
Autenticidad	4%
Emoción/emocional	4%
Intercultural / multicultural	4%
Experticia	3%
Seguro	3%

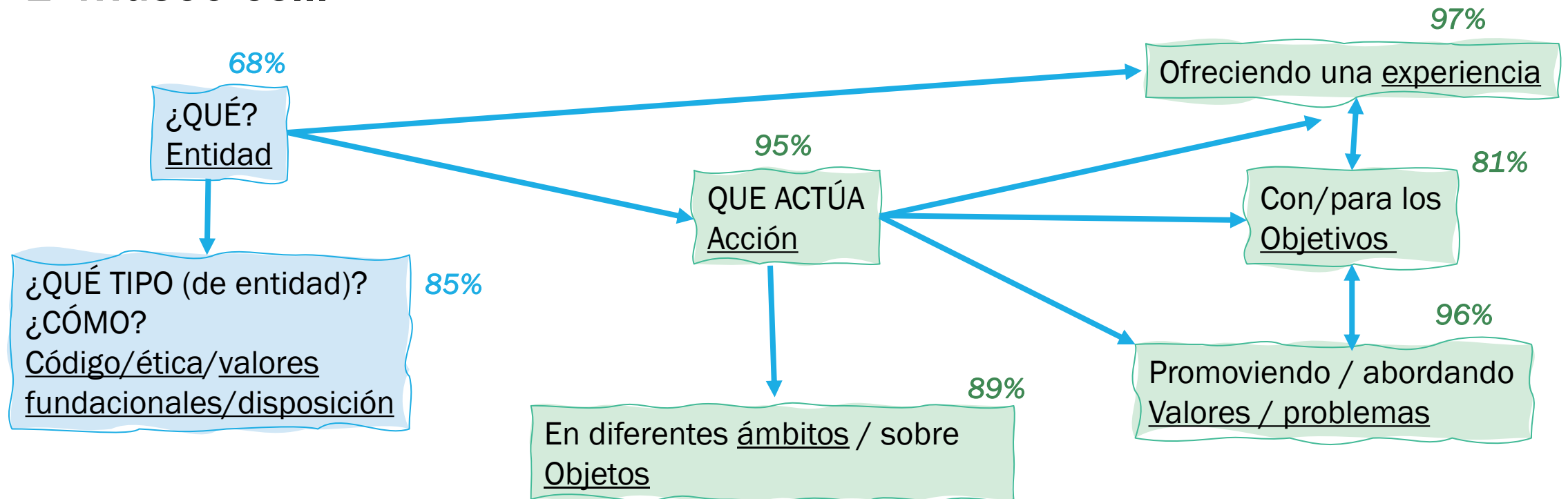
Centro	3%
Organización	3%
Descubrimiento / curiosidad	3%
Transformativo	3%
Ciudadanía	3%
Descolonización	3%
Humano	3%
Tolerancia	3%
Defensa	2%
Animación	2%
Curaduría	2%
Publicación	2%
Evolución	2%
Innovación	2%
Objetividad	2%
Casa	2%
Plataforma	2%
Encuentro	2%
Económico	2%
Virtual	2%
Creación/artistas	2%
Antiracista	2%
Minorías	2%
Temas Sociales	2%
Experimento	1%
Agencia	1%
Sagrado	1%
Ágora	1%
Área	1%
Establecimiento	1%
Bosque	1%
Foro	1%
Instrumento	1%
Madera	1%
Ecología	1%
Bueno	1%

% de menciones por los Comités (n=96)

Dimensiones analizadas

El museo es...

% - Porcentaje de comités que han aportado al menos un término a la dimensión



Dimensiones analizadas

El museo es ...

Las dimensiones son el marco que nos ayuda a dividir los términos de manera "sintáctica", con el fin de hacer coincidir las áreas expresadas con las posibles partes de una definición (de una frase) basada en el contexto de los datos existentes.

Esta no es, ni mucho menos, la única forma de organizar la información, sin embargo, es la forma que surgió tras un proceso de reflexión que aspira a generar dimensiones de análisis con la mayor coherencia posible. Para ello, se tuvo en cuenta, por un lado, la forma en que se solicitó la información (solicitando palabras o conceptos clave, ideas, términos, frases, etc.) y sus descripciones para decidir lo que debía contener una nueva definición de museo, y por otro, la tipología de los datos emanados de las respuestas, entre otros factores.

Las dimensiones resultantes se establecieron como sigue:

- *Entidad*
- *Acción*
- *Objeto*
- *Valores*
- *Experiencias*
- *Objetivo*

Análisis de resultados: Estructura del informe

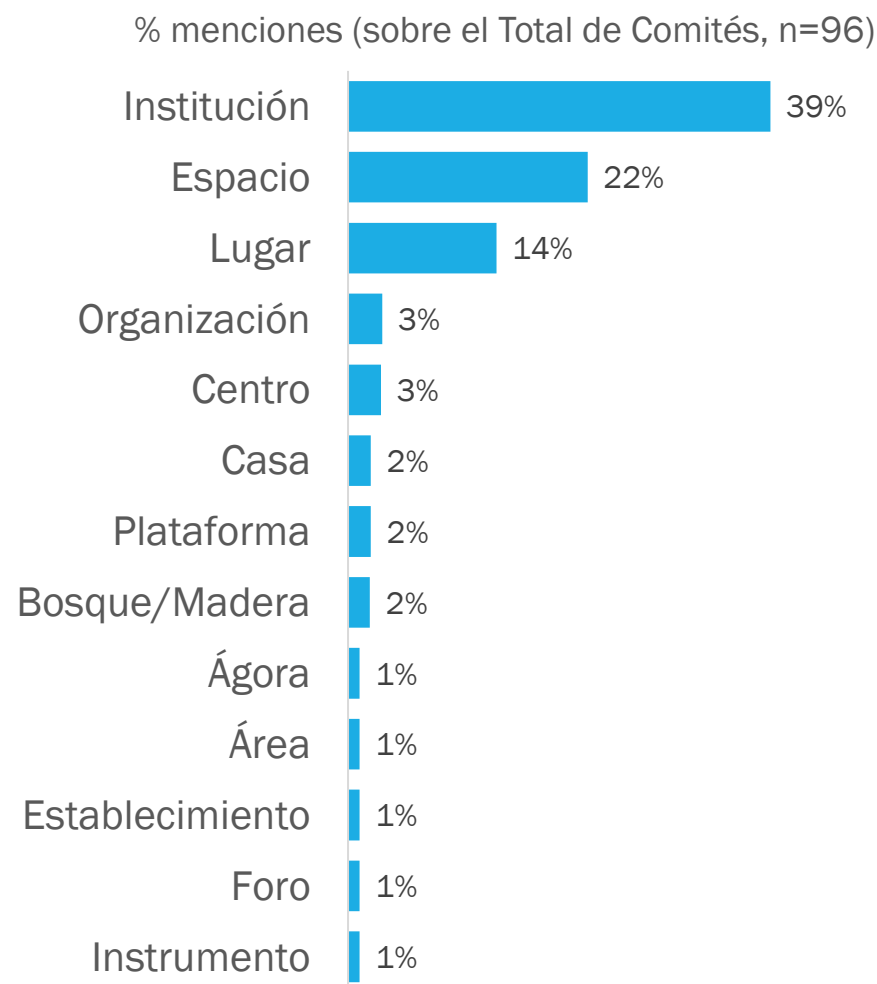
El informe está organizado en secciones según las dimensiones, donde para cada dimensión se realiza el siguiente análisis :



Resultados: Dimensión Entidad

Resultados Generales: Entidad

Mencionado por el:
66% de los comités



Comentario

Aproximadamente dos tercios de los comités incluyen una dimensión de entidad.

Institución es el término más común, pero a menudo se incluyen también expresiones como Espacio y Lugar.

Análisis de múltiples términos (es posible que haya más de un término/comité)

Nota: el 16% de las respuestas también incluyen la palabra "Museo" per se, generalmente utilizada como palabra de apoyo

Principales términos para Entidad por Región

Término	Total	Norte América (2)	América Latina y Caribe (14)	África (6)	Europa (30)	Estados Árabes (4)	Asia y Pacífico (11)
Institución	39%	50%	57%	17%	47%	-	18%
Espacio	22%	-	50%	50%	10%	25%	36%
Lugar	14%	50%	-	33%	17%	25%	9%
Centro	3%	-	-	-	-	-	27%
Organización	3%	-	-	17%	3%	-	9%
Área	1%	-	-	-	-	25%	-

% Significativamente mayor frente a la media*

% Principal (sin relevancia estadística)

Comentario

Institución: se menciona en América y Europa

Espacio: se menciona en América Latina y el Caribe, África y Asia y Pacífico, algo en los Estados Árabes

Se muestran los términos principales de la lista general de dimensiones (página anterior) y otros términos con variación regional. *La relevancia estadística se ha comprobado con un intervalo de confianza de $p=0,05$ mediante una prueba de Chi-cuadrado

Resultados cuantitativos: Calificativos de Entidad

Mencionado por el:
85% de los comités

% de menciones (sobre el Total de los Comités, n=96)



+ alrededor del 13% Sostenible/sustentabilidad para referirse a un **museo sostenible** - en el sentido de permanencia, garantía de recursos y/o funcionamiento sin impacto en el medio ambiente

Comentario

- El término ***sin fines de lucro*** es claramente el más mencionado y que puede ser relacionado como calificador de entidad
- La cualidad **Permanente** ocupa el segundo lugar, y algunos Comités también utilizaron el término **Sostenible** en un sentido relacionado
- En un segundo nivel, se citan la **Transparencia**, la **Rendición de Cuentas** y la **Ética**

Análisis de múltiples términos (es posible que haya más de un término / comité)

Principales términos Calificativos para Entidad por Región

Término	Total	Norte América (2)	América Latina y Caribe (14)	África (6)	Europa (30)	Estados Árabes (4)	Asia y Pacífico (11)
Sin fines de lucro	55%	50%	36%	17%	80%	75%	55%
Permanente	30%	50%	7%	17%	40%	50%	18%
Transparencia	16%	-	14%	33%	7%	-	18%
Rendición de Cuentas	12%	50%	14%	-	7%	-	18%
Ético/Código deontológico	12%	-	14%	33%	13%	25%	9%
Identidad	9%	-	14%	-	10%	25%	-
Activo	7%	-	7%	-	7%	25%	-
Dinamismo	6%	50%	7%	-	7%	-	9%
Multi foco/estrato/ disciplina	6%	-	-	-	7%	25%	-
Confianza	5%	50%	-	-	-	-	-
Innovación	2%	-	7%	-	-	25%	-

% Significativamente mayor frente a la media*

% Principal (sin relevancia estadística)

Comentario

Sin fines de lucro: *mención más fuerte en Europa y los Estados Árabes*

Se muestran los términos principales de la lista general de dimensiones (página anterior) y otros términos con variación regional. *La relevancia estadística se ha comprobado con un intervalo de confianza de $p=0,05$ mediante una prueba de Chi-cuadrado

ENTIDAD

“Organización pública o privada que realiza una labor cultural, científica, política, económica y social”.

INSTITUCIÓN

El término "Institución" tiende a estar ligado con “Organización” (pública o privada) y frecuentemente de naturaleza “Sin fines de lucro” y algunas veces “Permanente” al cual se le describen algunas atribuciones específicas; sin embargo, las descripciones no hacen este término más complejo.

Los resultados cuantitativos del uso de términos relacionados con Entidad, enviados por el 66% de los comités, reflejan una alta concentración de representación de los principales conceptos “Institución” con 39%, “Espacio” con 22%, “Museo” con 16% y “Lugar” 14%, a diferencia del resto (con menos del 13%)

ESPACIO/LUGAR, ESPACIO, LUGAR

Uno de los temas que ha sido de interés a la hora de abordar el análisis de la diferenciación es de los términos "Espacio" y "Lugar" que, aunque a veces parecen semánticamente muy similares, con el primero es posible hacer una interpretación más amplia, que incluye el significado de "espacio social/público" o "espacio digital" y con el segundo, un significado más vinculado al plano físico/arquitectónico.

Si analizamos el concepto más repetido "Espacio", es un término que se emplea a menudo (69%) en relación con calificativos adicionales, entre ellos abierto/acogedor y público, inclusivo y accesible.

Cabe destacar la alta mención de "Espacio" en la región de América Latina (junto con "Institución") con un 50% y Asia y África con un 40% y 50% (donde el término "Institución" no se utiliza con tanta frecuencia). En cambio, en la región de Europa/Norteamérica, el uso del término representa menos del 10%. Este es uno de los casos en los que hay que tener en cuenta los matices de traducción entre los términos utilizados en la lengua original y el significado de la traducción.

MUSEO

El término "Museo" se utiliza - si bien no tan a menudo como los anteriores - de manera significativa (16%), acompañado de términos calificativos, incluyendo "Espacio" en "Institución".

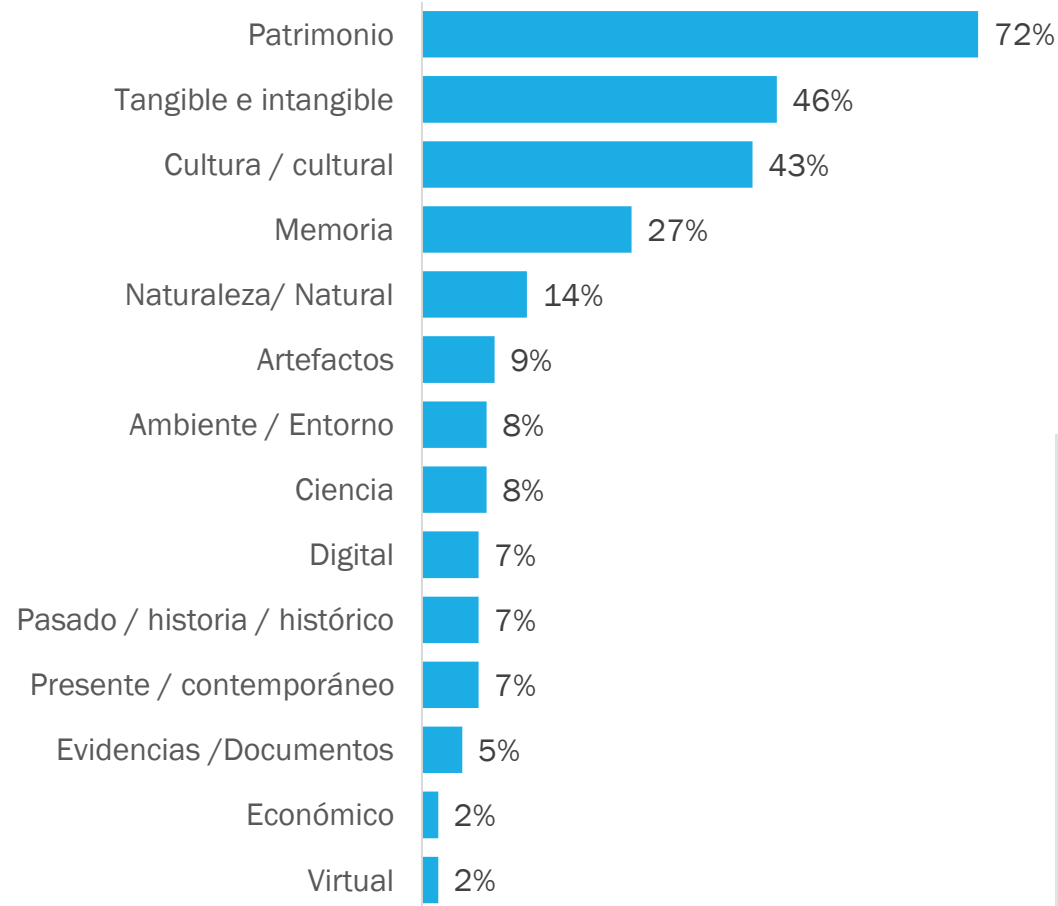
Sin embargo, se puede considerar que esta representatividad puede estar influenciada por la lógica de la propia encuesta, es decir, es razonable que se haya utilizado como mecanismo de respuesta a la forma en que está formulada la encuesta, a la forma de la pregunta "¿Qué es un museo?"
¿Qué es un museo? Un museo es...

Resultados: Dimensión Objeto

Resultados cuantitativos: Objeto

Mencionado por el:
89% de los comités

% de menciones (sobre el total de comités, n=96)



Comentario

1. El patrimonio es claramente el término más mencionado que puede relacionarse como objeto del museo. Memoria tiene una incidencia mucho menor de menciones
2. La cualidad de Tangible e intangible ocupa el segundo lugar,
3. Cultural (patrimonio, memoria, lugar), y cultura son el tercer concepto más mencionado

Análisis de múltiples términos (es posible que haya más de un término / comité)

Principales términos para Objeto por Región

Término	Total	Norte América (2)	América Latina y Caribe (14)	África (6)	Europa (30)	Estados Árabes (4)	Asia y Pacífico (11)
Patrimonio	72%	50%	93%	33%	90%	75%	46%
Tangible e intangible	46%	50%	36%	17%	63%	100%	18%
Cultura/cultural	43%	50%	50%	33%	43%	75%	73%
Memoria	27%	-	71%	-	17%	25%	9%
Naturaleza/natural	14%	50%	7%	-	23%	-	9%
Artefactos	9%	-	-	-	13%	-	-
Ambiente/Entorno	8%	50%	7%	-	10%	-	9%
Ciencia	8%	50%	-	-	17%	-	9%
Digital	7%	-	14%	17%	-	-	9%

% Significativamente mayor frente a la media*

% Principal (sin relevancia estadística)

Comentario

Patrimonio: mencionado especialmente en ALC y Europa

Memoria: mención destacada en ALC

Tangible e intangible: mención más fuerte en los Estados Árabes

Cultura/cultural: mención más fuerte en los Estados Árabes, Asia y Pacífico

Se muestran los términos principales de la lista general de dimensiones (página anterior) y otros términos con variación regional. *La relevancia estadística se ha comprobado con un intervalo de confianza de $p=0,05$ mediante una prueba de Chi-cuadrado

OBJETO

"Patrimonio (cultural) tangible e intangible"

PATRIMONIO

El término "Patrimonio" es claramente el término más mencionado en esta categoría, con un 72% del 89% de los comités que usaron términos dentro de esta dimensión y aparece fuertemente ligado a los términos más mencionados en segundo lugar, especialmente "Tangible / Intangible" y en menor medida a "Memoria".

En América Latina se menciona en el 93% de los casos (nótese la alta incidencia de proximidad semántica con el término "Memoria" con 71%), en Europa 90%, 75% en los países árabes (con una alta presencia de Tangible e intangible del 100%, Norte América 50%, seguido de Asia-Pacífico y África.

TANGIBLE/INTANGIBLE

Es habitual que, en este marco, los conceptos y los términos tengan algún grado de vinculación semántica que genera relaciones de significado que forman grupos. Este es probablemente uno de los casos en los que la relación entre términos en las respuestas es más intensa.

"Tangible/Intangible" (también "Material/Inmaterial") en algunas regiones, representa, con un 46%, el segundo lugar entre los términos más mencionados de esta categoría. En regiones como los Estados Árabes representa el 100% de las menciones, en Europa el 62%, el 50% en la región de Norte América y en menor medida en todas las demás regiones.

Algunos ejemplos de respuestas, en su intensa vinculación principalmente con "Patrimonio", aportan una riqueza semántica añadida. Mientras que el uso de fórmulas simples similares a "Patrimonio tangible e intangible" es bastante común en las descripciones, otras, sin embargo, amplían el abanico de significados con respuestas como "Se refiere a todos los bienes y valores naturales o artificiales, ya sean materiales o inmateriales" o "Resalta la importancia de un enfoque inclusivo de lo que debe contener la colección; tanto lo tangible como lo intangible" añadiendo riqueza y concreción a la formulación semántica.

CULTURA

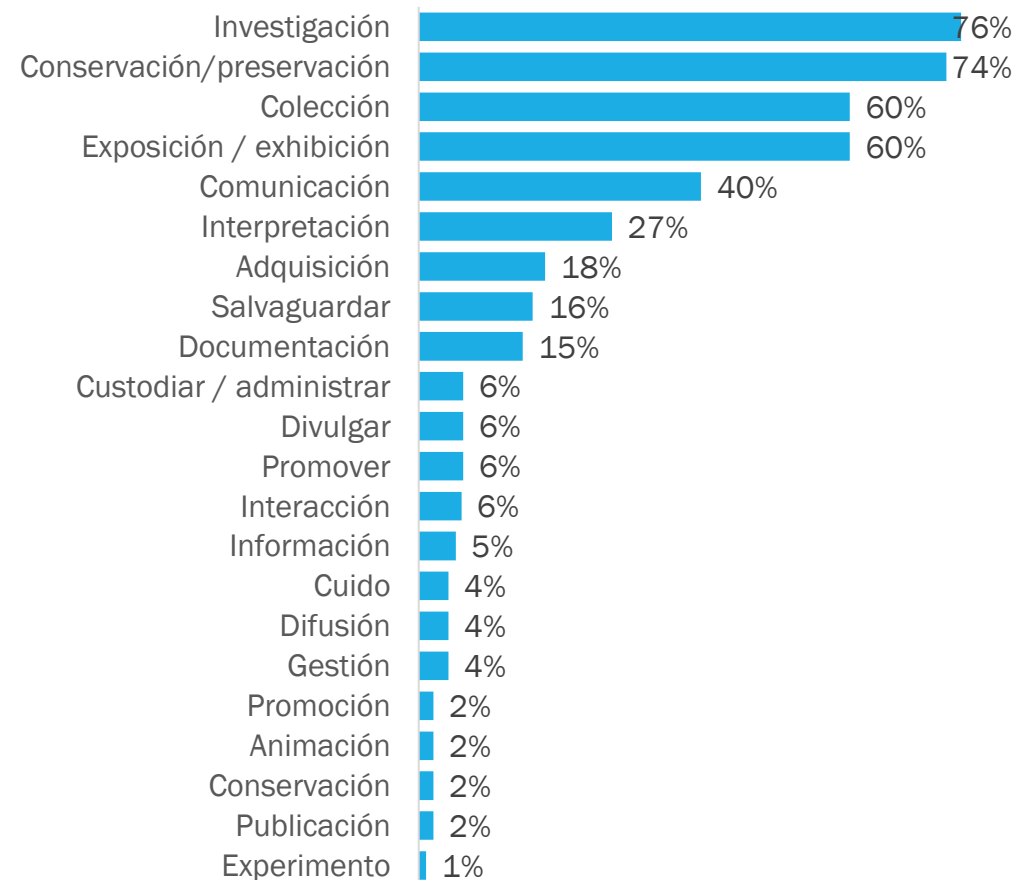
Aunque cuantitativamente el término "Cultura" es muy mencionado (43%) en la dimensión general, incluyendo el 75% de las menciones en los países árabes, el 70% en Asia-Pacífico, el 50% en las regiones americanas o el 45% en Europa, cualitativamente funciona con mucha frecuencia como complemento de otro término, al que acompaña para indicar el área o entorno en el que se enmarca, no siendo descrito posteriormente

Resultados: Dimensión Acción

Resultados cuantitativos: Acción

Mencionado por el: **95%** de los comités

% de menciones (sobre el total de comités, n=96)



Comentario

1. *Investigación y Conservación/Preservación son los términos de acción más mencionados, así como Colección y Exposición / exhibición*
2. *Otros términos ampliamente mencionados fueron Comunicación, Interpretación, Adquisición, Salvaguarda y Documentación*

Análisis de múltiples términos (es posible que haya más de un término /comité)

Principales términos para Acción por Región

Término	Total	Norte América (2)	América Latina y Caribe (14)	África (6)	Europa (30)	Estados Árabes (4)	Asia y Pacífico (11)
Investigación	76%	100%	79%	83%	80%	75%	73%
Conservación/ Preservación	74%	100%	71%	17%	90%	100%	55%
Colección	60%	50%	50%	50%	60%	75%	73%
Exposición / exhibición	60%	100%	57%	17%	70%	50%	73%
Comunicación	40%	50%	50%	-	43%	25%	55%
Interpretación	27%	50%	29%	17%	37%	25%	-
Adquisición	18%	50%	21%	-	27%	-	18%
Salvaguardar	16%	-	29%	17%	10%	-	27%
Documentación	15%	-	14%	17%	17%	25%	18%
Custodiar / administrar	6%	50%	-	17%	3%	-	9%
Divulgar	6%	-	14%	17%	3%	25%	9%
Interacción / interactivo	6%	-	21%	-	3%	25%	-
Promover	6%	50%	14%	17%	3%	-	9%

% Significativamente mayor frente a la media*

% Principal (sin relevancia estadística)

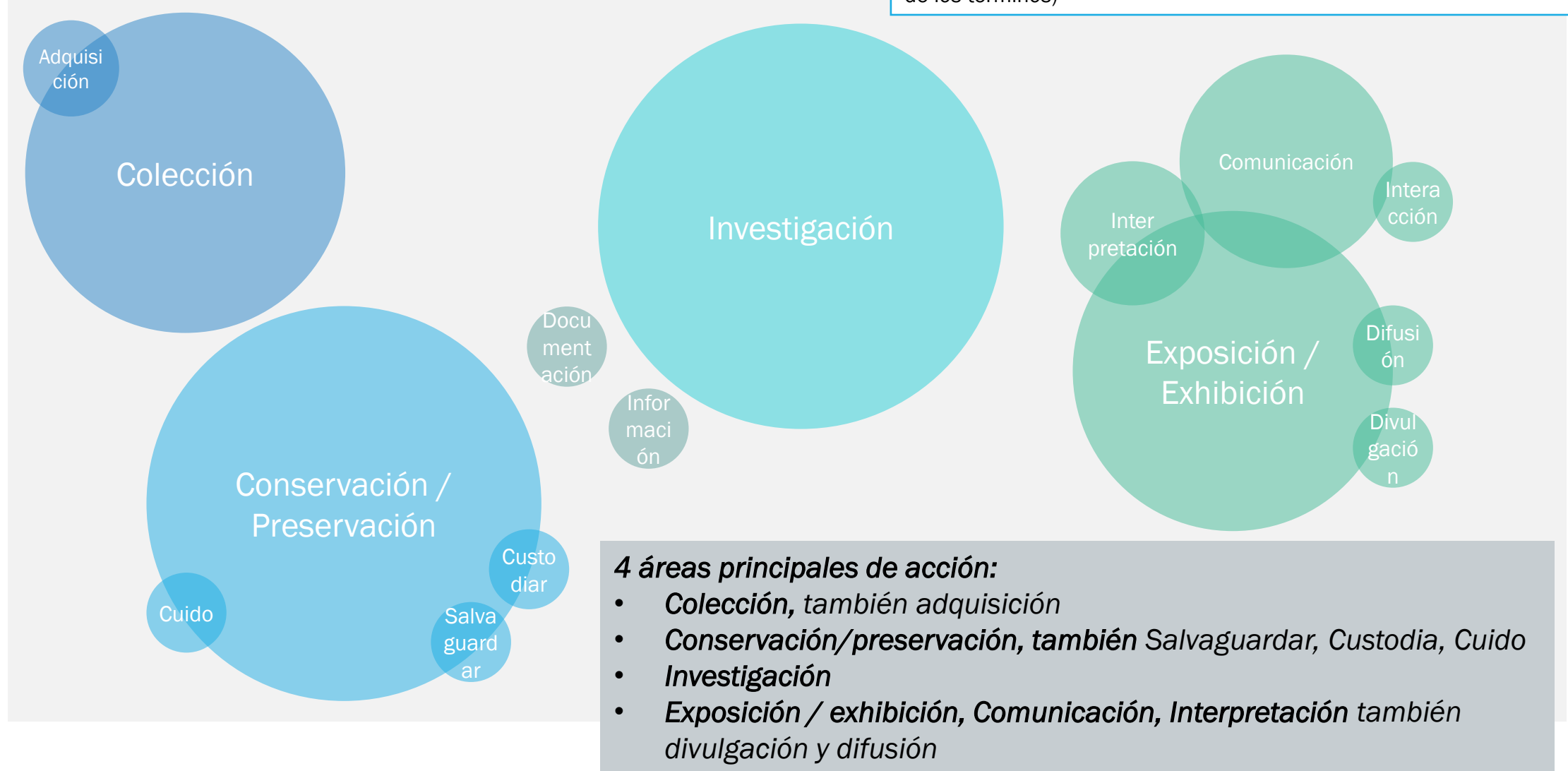
Comentario

Conservación/preservación: más mencionada en Norte América, Europa y los Estados Árabes

Se muestran los términos principales de la lista general de dimensiones (página anterior) y otros términos con variación regional. *La relevancia estadística se ha comprobado con un intervalo de confianza de $p=0,05$ mediante una prueba de Chi-cuadrado

Acciones: Mapa de significados

El tamaño de la burbuja corresponde al porcentaje de menciones del término
Burbujas superpuestas: significado relacionado (a partir de las descripciones de los términos)



ACCIÓN

“El estudio académico y la presentación de la investigación, incluidos el análisis, la síntesis y la presentación de nuevos conocimientos: el producto final deseado de la investigación”

INVESTIGACIÓN

El término “Investigación” con 76%, es el más mencionado en la dimensión “Acción”, el cual es mencionado por el 95% de los comités. “Investigación Científica”, “Académica” y “Estudio” también están semánticamente ligados a “Documentación” e “Información”.

El análisis muestra una tendencia a rescatar la definición anterior, aunque también aparecen descripciones como “volver a las comunidades/fuentes primarias para buscar verdaderos relatos sobre los objetos albergados en los museos”, que sugieren alternativas semánticas.

Los resultados cuantitativos sobre el uso del término representa el 100% en la región de Norte América, 83% en África, 80% en Europa, 79% en América Latina y el Caribe y 79% en América Latina y el Caribe.

CONSERVACIÓN/PRESERVACIÓN

Con un 74% de menciones y una alta representación en todas las regiones, excepto en África (donde la Salvaguardia y la Custodia se mencionan juntas con un 17% cada una), este par de términos se presentan juntos o por separado.

El análisis del contenido de las descripciones muestra que no existe una diferenciación sólida entre ellas, apareciendo en las respuestas que se refieren conjuntamente a ambos términos como “Aborda tanto la acción como la intención de proteger los bienes culturales (patrimonio), ya sean materiales/tangibles o inmateriales/intangibles” al igual que otras se refieren a uno “Desde la entrada de un objeto en el museo: adquisición, catalogación, investigación, almacenamiento, conservación y/o restauración” o a otro: “tarea clave de los museos, preservar los objetos y el patrimonio para el futuro”, lo que hace difícil discernir la diferencia en el presente análisis.

En las regiones de Norte América y los Estados Árabes, representa el 100% de los términos mencionados para la dimensión, seguido de Europa con el 90%, LatAm y el Caribe el 71%, el 55% de Asia-Pacífico y a gran distancia África con el 17%.

ACCIÓN

COLECCIÓN

El término "Colección" se menciona, con una fuerte vinculación a "Adquisición", en el 60% de las respuestas relacionadas con la "Acción". Destacan los Estados Árabes y Asia-Oceanía, con un 75% y un 73% respectivamente, seguidos de Europa, con un 60%, y el resto de regiones, con un 50%.

Las descripciones muestran un significado más generalizado "núcleo de los museos; la acción o el proceso de coleccionar a alguien o algo (patrimonio)" que se amplía en la descripción del contenido o el espacio de la colección, junto con cuestiones más específicas "La definición de museo propuesta debe hacer hincapié en la importancia de las colecciones del museo y proponer los mejores métodos de adquisición" que apoya un eje particular dentro de la acción.

EXPOSICIÓN/EXHIBICIÓN

"Exposición/Exhibición" son de nuevo un par de términos que aparentemente carecen de la suficiente solidez en su significado para poder diferenciarlos claramente.

Así, algunas descripciones genéricas vinculadas a "Exhibición" la describen como "Una función fundamental del museo que la definición actual indica", mientras que otra indica que "La exposición es una muestra pública de objetos, conceptos, conocimientos, habilidades en un museo o asociados a él" En las descripciones, el equipo de análisis no ve motivos suficientes para una diferenciación clara.

Sin embargo, en las descripciones de algunas respuestas, como la que hemos rescatado, hay algunas preguntas alternativas para la complejización de los términos "El museo expone sus colecciones física y virtualmente, haciéndolas accesibles al público. Las exposiciones están comisariadas por profesionales".

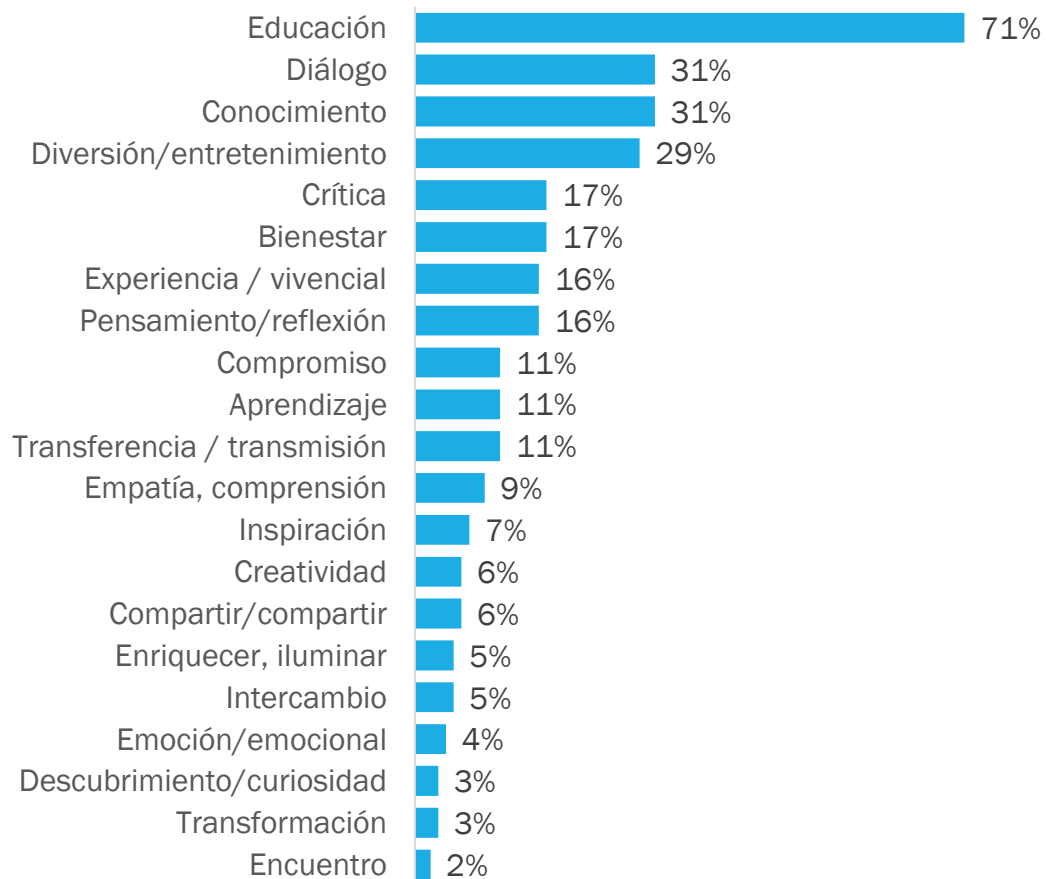
Este término, al igual que el anterior, representa el 60% de las respuestas relacionadas con la "Acción", siendo mencionado en un 100% en la región norteamericana.

Resultados: Dimensión Experiencia

Mencionado por el: **97%**
de los comités

Resultados cuantitativos: Experiencia

% de menciones (sobre el total de comités, n=96)



Comentario

1. **La educación es el término vivencial más mencionado, seguido de **Conocimiento, Diálogo y Diversión/entretenimiento****
2. **Categorías principales:**
 - **Educación** (también conocimiento, aprendizaje, descubrimiento, transmisión...),
 - **Diálogo, pensamiento y comprensión** (a menudo crítica)
 - **Disfrutar, divertirse**

Análisis de múltiples términos (es posible que haya más de un término /comité)

Principales términos para Experiencia por Región

Término	Total	Norte América (2)	América Latina y Caribe (14)	África (6)	Europa (30)	Estados Árabes (4)	Asia y Pacífico (11)
Educación	71%	100%	100%	67%	67%	50%	55%
Diálogo	31%	-	36%	17%	33%	25%	27%
Conocimiento	31%	-	21%	-	33%	75%	46%
Diversión/entretenimiento	29%	50%	21%	50%	30%	25%	9%
Crítica	17%	-	29%	-	20%	-	9%
Bienestar	17%	-	21%	-	13%	25%	46%
Experiencia / vivencial	16%	50%	29%	-	13%	25%	9%
Pensamiento/reflexión	16%	-	29%	-	27%	-	-
Compromiso	12%	50%	-	-	20%	25%	9%
Aprendizaje	12%	-	7%	-	17%	25%	27%
Transferencia / transmisión	12%	-	-	-	17%	50%	18%
Empatía, comprensión	9%	-	-	17%	13%	25%	9%
Inspiración	7%	-	7%	-	13%	-	-
Creatividad	6%	-	7%	17%	3%	-	18%
Compartiendo/compartir	6%	-	7%	-	10%	25%	9%
Enriquecimiento , iluminación	5%	50%	-	-	7%	-	9%
				-	3%	-	18%

Comentario

Educación: La mayor asociación en las Américas

Se muestran los términos principales de la lista general de dimensiones (página anterior) y otros términos con variación regional. *La relevancia estadística se ha comprobado con un intervalo de confianza de $p=0,05$ mediante una prueba de Chi-cuadrado

% Significativamente mayor frente a la media*

% Principal (sin relevancia estadística)

Resultados Cualitativos : Mapa de significados para Experiencia

El tamaño de la burbuja corresponde al porcentaje de menciones del término
Burbujas superpuestas: significado relacionado (a partir de las descripciones de los términos)

Diversión,
entreteni
miento

Vivenc
ial

Trans
mitir
Conocimien
to
Com
partir
Educación
Apre
nder
Enri
que
cer

Diálogo
Crítico
Pensa
mient
o

Biene
star

Transmisión,
divulgación,
compartir
conocimiento

Aprendizaje -
informal - contínuo

Una herramienta
para adquirir
pensamiento crítico
y estimular la
reflexión

Dentro de las descripciones de educación, se mencionan varios significados / matices.

*En el nivel vivencial, predominan **educación** y los significados asociados a esta, seguidos por los ámbitos del **disfrute** y del **diálogo** y el **pensamiento/reflexión***

EXPERIENCIA

“Una palabra clave de función universal y básica que recoge la definición actual.”

EDUCACIÓN

El término “Educación” (ligado a “Didáctica”) es el más mencionado (71%) en la dimensión “Experiencia”, el cual que tiene una mención global del 97%.

Vinculado también a “Aprendizaje”, “Enseñanza”, “Academia”, “Estudio” se menciona con frecuencia en el sentido general de “Palabra clave de función universal y básica que refleja la definición actual. La educación se enfatiza en la Recomendación de la UNESCO 2015” proporcionando también respuestas en un sentido diferente. “Facilitar, promover, estimular conocimientos, habilidades, comportamientos, involucrando a las personas en los procesos de co-construcción de significados e interpretaciones.”

En estrecha relación semiótica con los términos “Conocimiento” como difusión y transmisión y como vehículo para lograr el “Pensamiento Crítico” y estimular la “Reflexión”.

En las regiones de Norteamérica y LatAm se menciona en el 100% de los casos, en Europa y África en el 67%, en Asia-Pacífico en el 55% y en los países árabes en el 50%.

DIÁLOGO

En el 31% de las respuestas se menciona el término “Diálogo”, con fuertes vínculos a “Crítica” y “Pensamiento”, vinculado a “Experiencia”. Destacan con un 36% en LatAm y un 33% en Europa.

CONOCIMIENTO

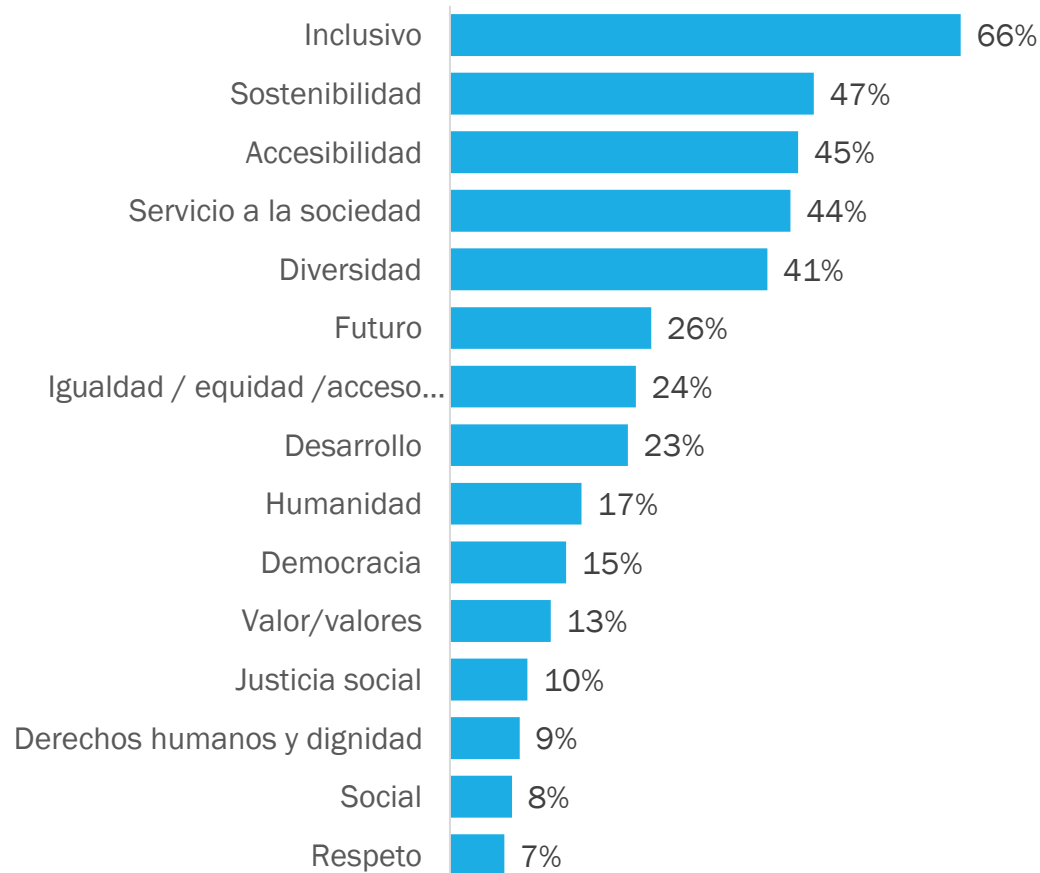
“Conocimiento” comparte el 31% con “Diálogo”, con especial incidencia de menciones en los países árabes, con un 75%, seguido de un 46% de Asia-Pacífico, un 33% de Europa y un 21% de América Latina y el Caribe.

Resultados: Dimensión Valores Sociales

Resultados cuantitativos: Valores Sociales

Mencionado por el: **96%** de los comités

% de menciones (sobre el total de comités, n=96)



	África (6)	Asia & Pacífico (10)	América Latina y el Caribe (14)	Europa, Norte América, Estados Árabes (35)
Inclusivo	33%	70%	86%	50%

% Significativamente mayor frente a otras regiones

% Alto pero no repr. estadístico (base baja)

Comentario

Se detectan 4 dimensiones principales en el área de valores:

1. *Diversidad / inclusión*
2. *Accesibilidad*
3. *Sostenibilidad*
4. *Al Servicio de la sociedad*

Análisis de múltiples términos (es posible que haya más de un término /comité)

Principales términos por Región

Término	Total	Norte América (2)	América Latina y Caribe (14)	África (6)	Europa (30)	Estados Árabes (4)	Asia y Pacífico (11)
Inclusivo	66%	50%	86%	33%	57%	50%	64%
Sostenibilidad	47%	-	57%	50%	57%	50%	46%
Accesibilidad	45%	50%	29%	33%	47%	50%	55%
Al Servicio de la sociedad	44%	-	57%	-	50%	50%	46%
Diversidad	41%	-	57%	33%	37%	25%	36%
Futuro	26%	-	14%	-	30%	50%	9%
Igualdad / equidad / acceso igualitario	24%	50%	14%	33%	13%	-	27%
Desarrollo	23%	-	36%	33%	30%	25%	9%
Humanidad	17%	-	21%	-	20%	25%	18%
Democracia	15%	-	36%	33%	10%	-	-
Valor/valores	13%	-	21%	-	10%	25%	18%
Justicia social	10%	50%	7%	-	7%	-	9%
Derechos humanos y dignidad	9%	-	14%	17%	3%	-	9%
Social	8%	-	21%	-	7%	-	9%
Respetar	7%	50%	7%	-	-	-	18%
Intercultural / multicultural	4%	50%	-	-	7%	-	-

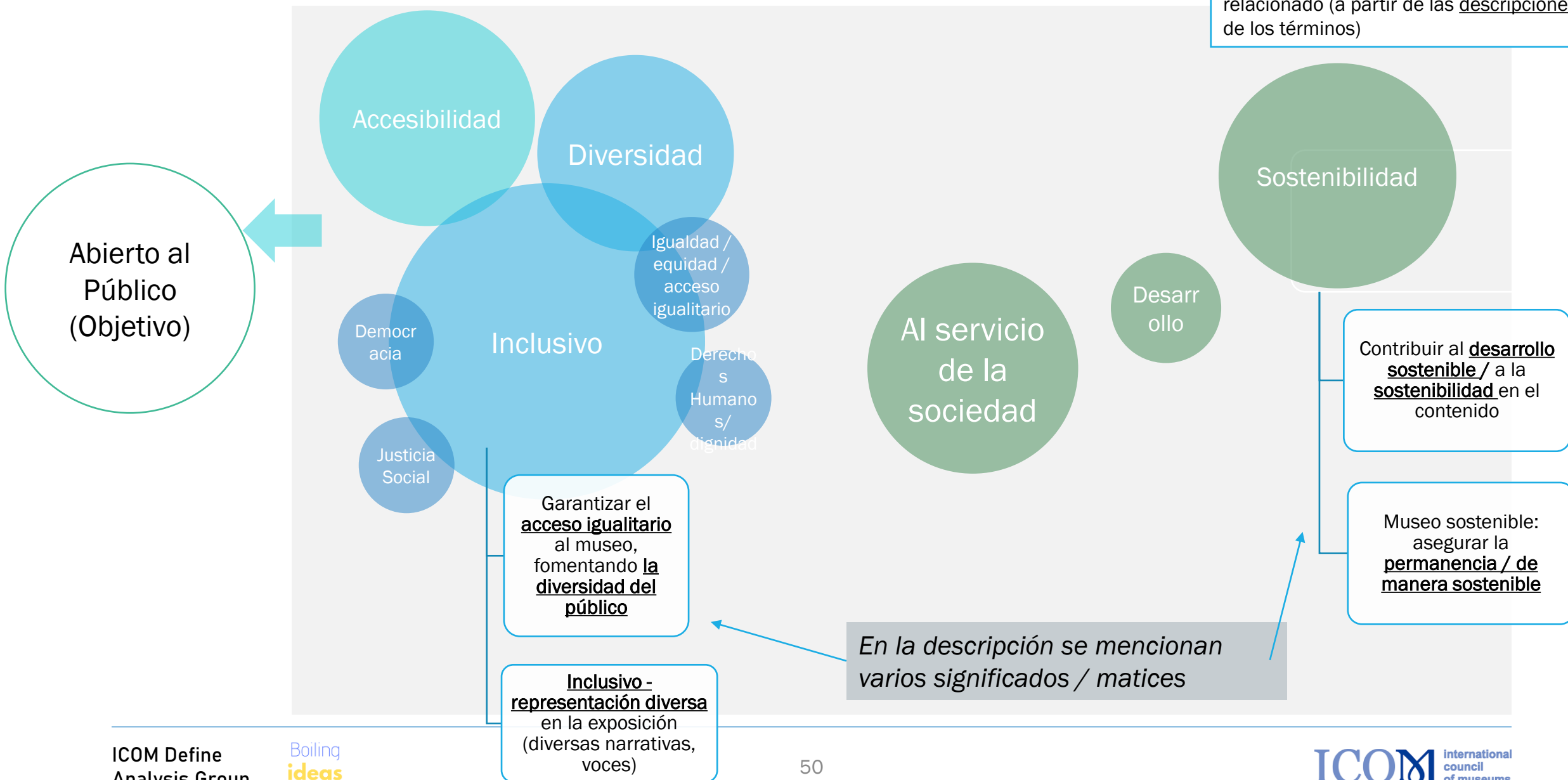
Comentario

No hay diferencias significativas por región

Se muestran los términos principales de la lista general de dimensiones (página anterior) y otros términos con variación regional. *La relevancia estadística se ha comprobado con un intervalo de confianza de $p=0,05$ mediante una prueba de Chi-cuadrado

Resultados cualitativos: Mapa de significados Valores

El tamaño de la burbuja corresponde al porcentaje de menciones del término
Burbujas superpuestas: significado relacionado (a partir de las descripciones de los términos)



El acto de incluir un elemento dentro de un grupo o conjunto. El museo es un lugar de encuentro y socialización. No hay diferencias sociales ni culturales"

INCLUSIVO

Con un 66%, el término "Inclusivo" es el más mencionado en la dimensión "Valores Sociales / Culturales", siendo mencionado por el 96% de los comités.

Con afinidad semántica a términos tales como "Diversidad" Igualdad" o "Accesibilidad" y ligado a "Abierto al Público" de la dimensión "Objetivo" -entre otros- en las descripciones también se añade el significado del concepto con diferentes matices, desde "Los museos acogen a todos los visitantes, independientemente de su edad, capacidad, etnia, género, raza, religión y estatus socioeconómico, y promueven activamente la cohesión social", a "Combatir la exclusión con medios y acciones, garantizando igualdad de condiciones de acceso y participación para todos" en donde se pueden interpretar diferentes opiniones, enriqueciendo los matices de la definición.

Los resultados cuantitativos del uso del término representan un 86% en América Latina, 70% en la región Asia-Pacífico, 50% en Norte América y los Estados Árabes y 33% en África.

VALORES

SOSTENIBILIDAD

Con un 47% de menciones en la dimensión, de las cuales el 57% fueron citados en América Latina y el Caribe y Europa, el 50% en África y los países árabes y el 46% en la región de Asia-Pacífico, este término se nutre de otros como "sostenible", "desarrollo" en el sentido de "permanencia" en "forma sostenible".

El panorama de matices entre algunas descripciones revela algunos aspectos a considerar: si en algunas descripciones se señala que "Los museos deben considerar la sostenibilidad de su existencia y funcionamiento porque no sólo sirve para el pasado y el presente sino también para el futuro" otras añaden "incluye los planes de supervivencia a largo plazo de un museo en términos económicos, ambientales, sociales, físicos, de colección y de trabajo" describiéndose también la consideración de "tomar medidas para abordar los impactos ambientales, sociales y económicos del funcionamiento."

ACCESIBILIDAD

Observando las descripciones vinculadas a la referencia de "Accesibilidad", que representa el 45% de las menciones en "Valores", hay ciertas acepciones que ofrecen algunas coordenadas sobre el complejo significado del término.

Vinculadas a la dimensión "Inclusiva" y a la dimensión "objetivo" a través del concepto "Abierto al público" las respuestas hacen referencia a algunas alternativas con matices, desde "Los museos deben ser accesibles a todos los miembros del público, incluidos los que no están presentes en el lugar" algunas descripciones son un poco más concretas señalando la "importancia del acceso físico, intelectual, sensorial y digital para todos incluyendo la accesibilidad financiera" hasta, también en base a algunas descripciones "crear nuevas formas innovadoras de atraer a la gente al museo. Diseñar el espacio para capacitar a los visitantes para que se comprometan de forma más activa, participativa y con sentido."

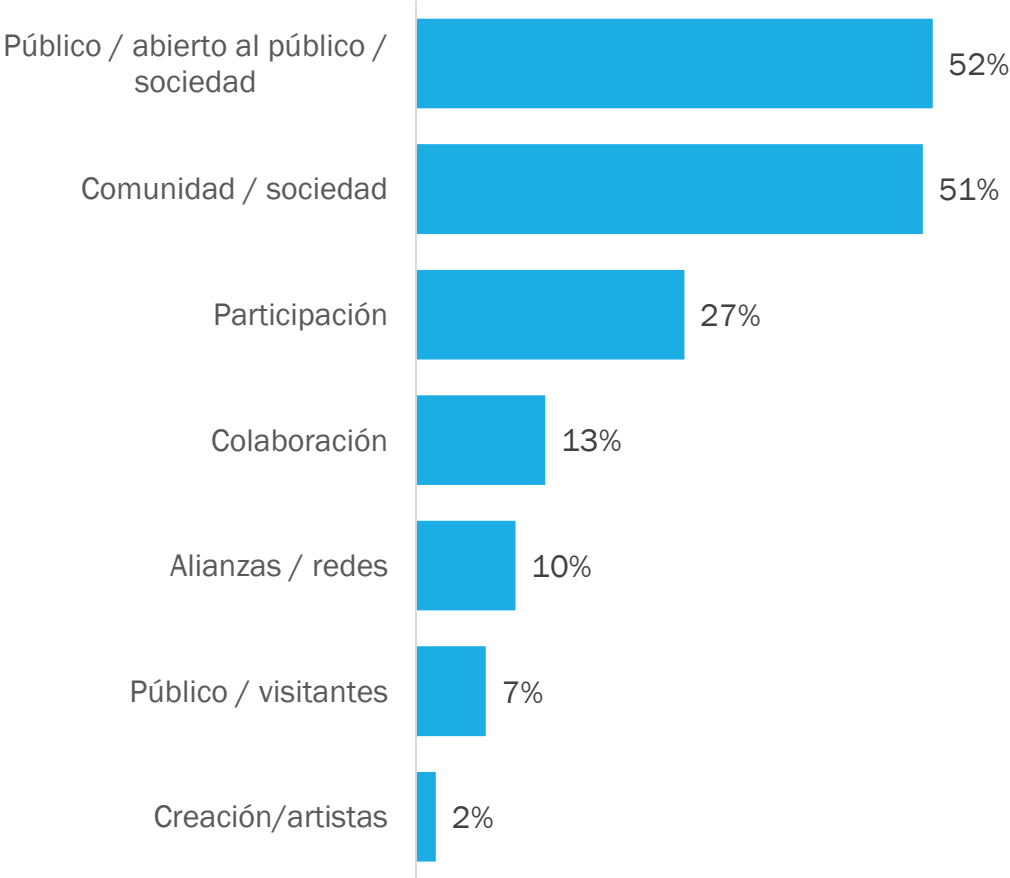
El término fue mencionado en un 55% en la región de Asia-Pacífico, en un 50% en los Estados Árabes y Norte América y en un 47% en Europa, en un 33% en África y 29% en América Latina y el Caribe.

Resultados: Dimensión Objetivo

Mencionado por el: 81%
de los comités

Resultados Cuantitativos: Objetivo y Vínculo

Términos relacionados con Objetivo: % de menciones



	África (6)	Estados Árabes (4)	América Latina (14)	Norte América (2)	Asia y Pacífico (10)	Europa (29)
Público / abierto al público	17%	25%	50%	50%	60%	76%
Comunidad / sociedad	67%	25%	64%	50%	60%	48%
Participación	0%	0%	50%	0%	10%	21%
Colaboración	0%	0%	14%	50%	20%	7%

Comentario

Los términos relacionados con el objetivo del museo son en su mayoría colectivos y/o genéricos: se refieren a **Público y Comunidad**

Público se encuentra con mayor frecuencia como "**abierto al público**", ya sea en el propio término o en la descripción

La **participación**, la **colaboración** y las **alianzas** se incluyen aquí, ya que se explican sobre todo en la **community/public connection**

Análisis de múltiples términos (es posible que haya más de un término /comité)

Principales términos para Valores por Región

Término	Total	Norte América (2)	América Latina y Caribe (14)	África (6)	Europa (30)	Estados Árabes (4)	Asia y Pacífico (11)
Abierto a la sociedad / público	52%	50%	50%	17%	77%	25%	64%
Comunidad / sociedad	51%	50%	64%	67%	47%	25%	64%
Participación	27%	-	50%	-	23%	-	9%
Colaboración	13%	50%	14%	-	7%	-	18%
Alianzas / redes	10%	-	-	-	13%	-	18%

% Significativamente mayor frente a la media* % Principal (sin relevancia estadística)

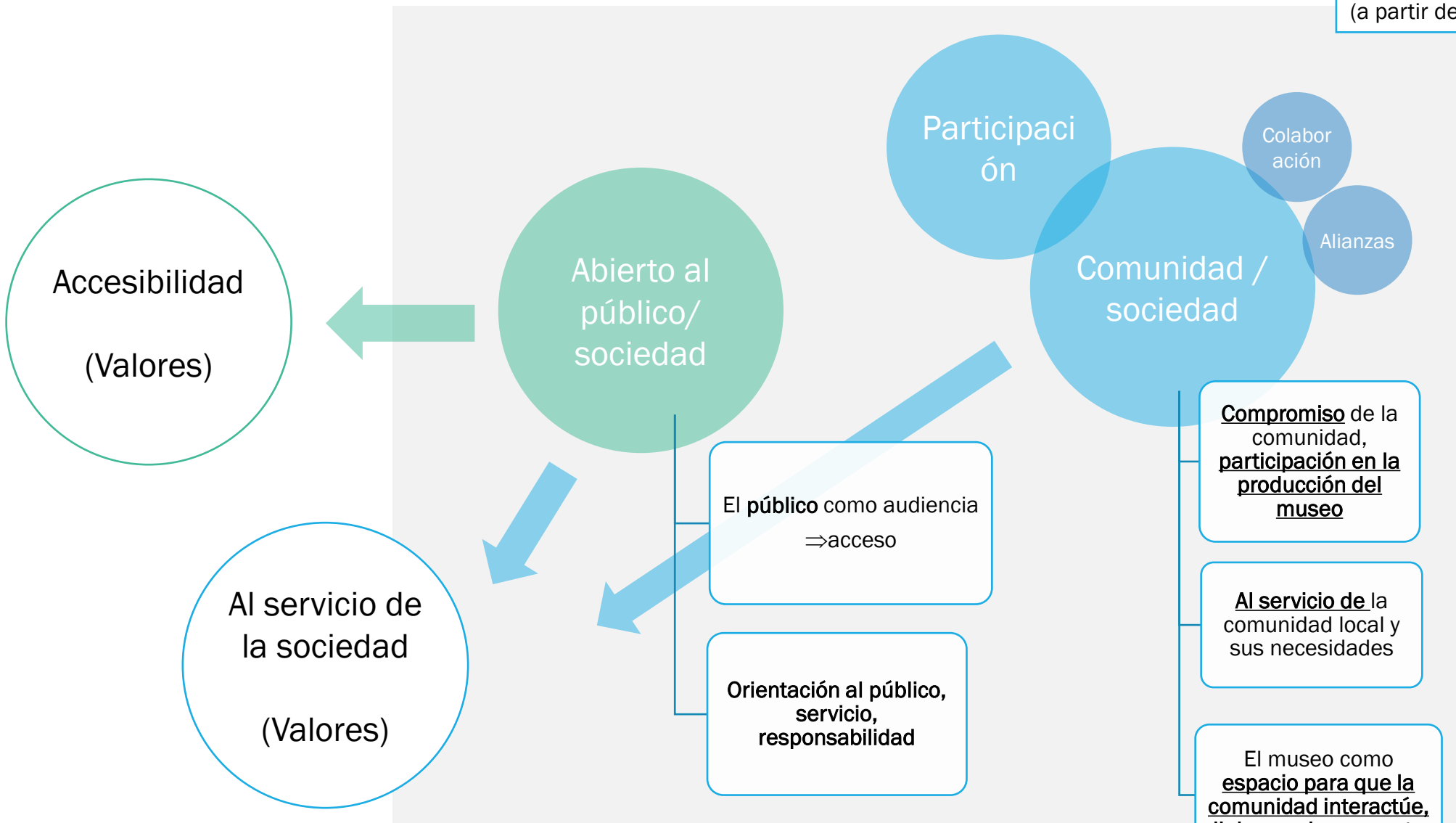
Comentario

Abierto a la sociedad/ público: la mayor mención en Europa

Se muestran los términos principales de la lista general de dimensiones (página anterior) y otros términos con variación regional. *La relevancia estadística se ha comprobado con un intervalo de confianza de $p=0,05$ mediante una prueba de Chi-cuadrado

Resultados cualitativos: Mapa de significado de Objetivo

El tamaño de la burbuja corresponde al porcentaje de menciones del término
Burbujas superpuestas: significado relacionado (a partir de las descripciones de los términos)



OBJETIVO

*"Espacio/Institución que se dedica al público,
orientado al público"*

PÚBLICO/ABIERTO AL PÚBLICO/SOCIEDAD

Los resultados cuantitativos del uso de términos ligados a Objetivo, utilizados por el 81% de los comités, muestran este grupo de términos “colectivos” con un 52% de menciones. Dentro de este porcentaje, Europa con 76%, la región Asia-Pacífico con 60% y las regiones americanas con 50% están lejos del 25% mencionado por los países árabes y el 17% de la región africana.

Dentro de las descripciones, se observan algunas variaciones en significado, desde “Uno de los elementos primordiales de la labor museística de cara al público. Estar abiertos al público=ser accesibles a gentes de diferentes situaciones” hasta “Los museos son espacios públicos accesibles a diferentes audiencias y sectores de la sociedad. La palabra “público” se refiere a los usuarios del museo y a toda la población. “aportando una cierta riqueza al concepto de “público”, entre otros.

COMUNIDAD/SOCIEDAD

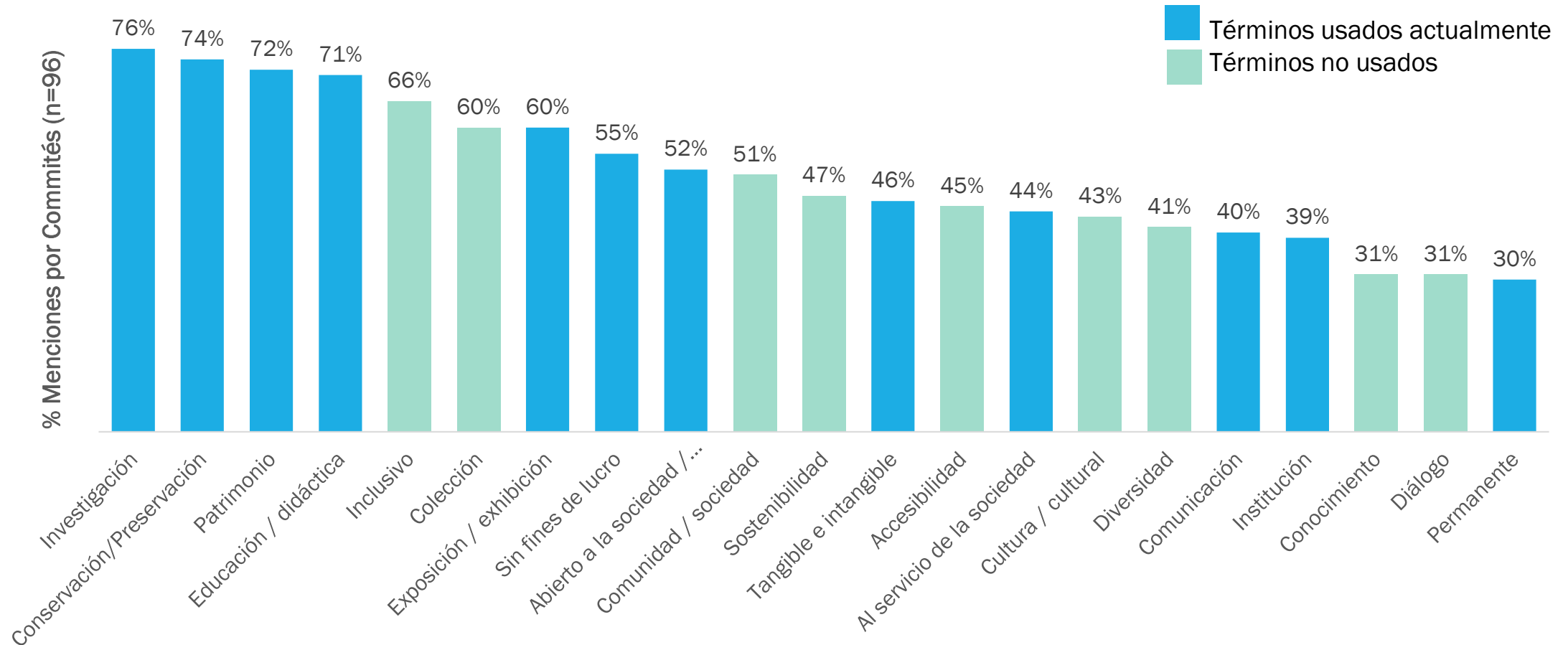
Con una tasa de mención del 51%, la región africana registró el 67%, América Latina el 64%, Asia-Pacífico el 60%, Norte América el 50%, seguida de Europa con el 48% y los Estados Árabes el 25%.

Este término, también de carácter colectivo, se nutre también de sus cognados "Con base comunitaria, orientado a la comunidad", presenta un escenario de significados que, aunque algo genéricos en sus descripciones, aportan cierta complejidad en su significado, si partimos de un ejemplo que podría ilustrar una propuesta de carácter general "un grupo de personas que comparten un espacio común y participan de la experiencia promovida por el museo que se vincula a su contexto social", la descripción inmersa en la respuesta "las personas atendidas y unidas a través del museo" para ampliarse con otro significado que aparece "en el sentido de inclusión, punto de encuentro y referencia para las comunidades locales, las sociedades" que aportan algunas cuestiones sobre el tipo de vinculación con el entorno social.

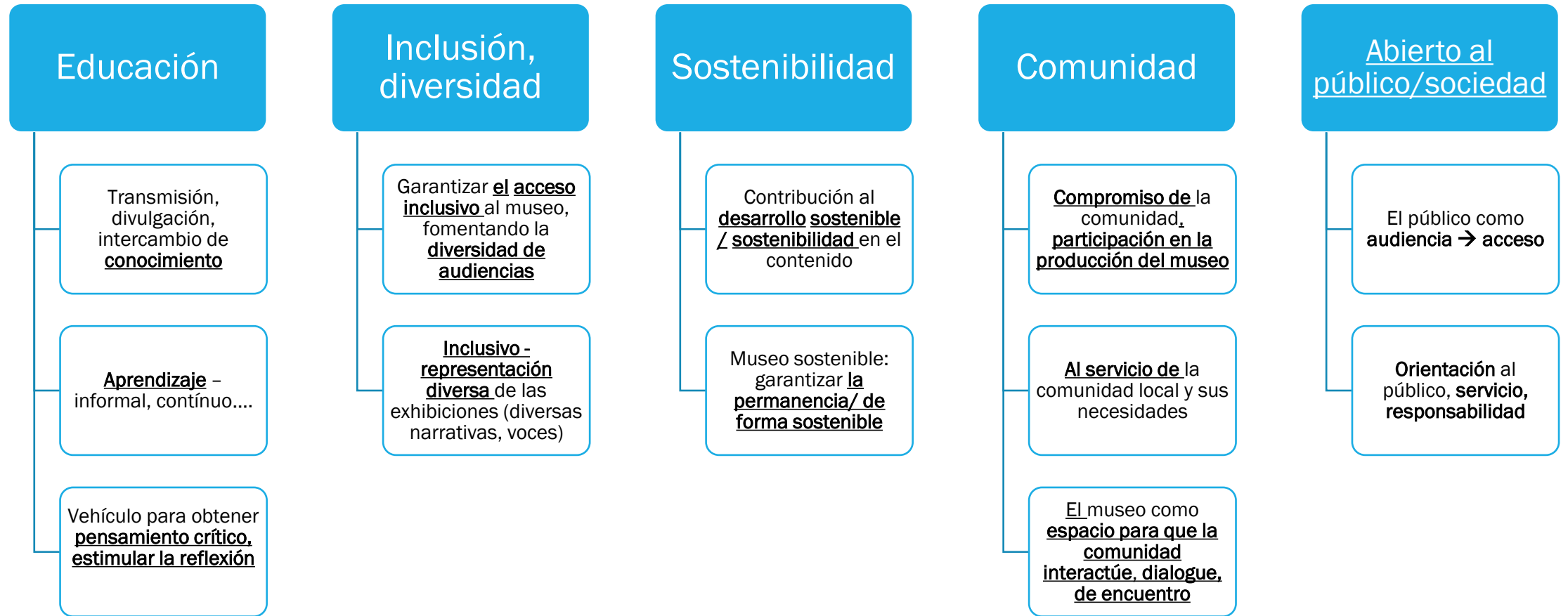
Conclusiones y Recomendaciones para el Paso 5

Conclusiones: Los términos principales son una mezcla de los términos actuales y fundacionales y de términos que ofrecen nuevos retos

Términos mencionados por al menos el 30% de los Comités



Conclusiones: Algunos de los términos actuales y nuevos no se interpretan de la misma manera en todas las respuestas



Recomendaciones para los próximos pasos: Consulta 3

RECOMENDACIÓN PARA EL CONTENIDO DE LA ENCUESTA:

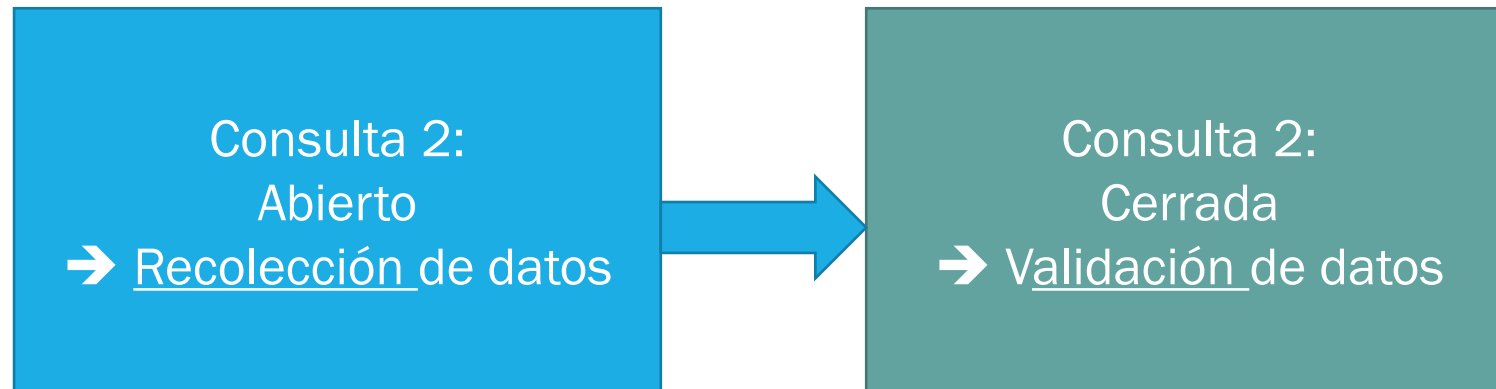
Construir los términos finales, utilizando los resultados de esta investigación:

1. ALCANCE: Ofrecer todos los términos con una determinada representación, no sólo los 20 principales. Recomendamos que los términos incluidos sean lo más amplios posible,
 1. Los conceptos que no se utilizaban tanto como términos de forma espontánea, fueron luego usados a menudo en las descripciones → incluso los términos medianamente representados podían tener un alto potencial si se ofrecían para ser evaluados.
 2. A menudo, términos con solo un 10% de menciones están muy relacionados con términos mayores – pueden ser alternativas no contempladas
2. CLARIDAD: Construir términos finales menos ambiguos: revisar los términos con varios significados y asegurarse de que estos se abordan adecuadamente (ofreciendo todas las alternativas del término)

Recomendaciones para los próximos pasos: Consulta 3

METODOLOGÍA: Validar estos términos en una encuesta estructurada:

- Términos que los miembros quieren que se incluyan
- Ofrecer espacio para hacer comentarios finales (palabras clave adicionales, observaciones)
- Ofrecer espacio para comentar en el caso de que alguno de los términos propuestos sea completamente inaceptable y explicar por qué (por ejemplo, limitaciones legales), y si existieran alternativas



GRACIAS

Informe sobre las opiniones de los miembros del ICOM para una nueva definición de museo
Análisis e informes independientes elaborados para el Comité de Definición del ICOM

Erika Krajcovicova
Raúl F. San Miguel
Olivia Guiragossian

ICOM international
council
of museums

