



Munich Personal RePEc Archive

Management of intellectual property in museums

Lis-Gutiérrez, Jenny-Paola

Universidad Nacional de Colombia

27 November 2015

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/68098/>
MPRA Paper No. 68098, posted 30 Nov 2015 12:31 UTC

GESTIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN MUSEOS

Jenny-Paola Lis-Gutiérrez¹

Resumen

Este artículo tiene el propósito de presentar la gestión de la propiedad intelectual en museos (GPIM), en un escenario en el cual estas instituciones culturales pasaron de ser usuarios que respetaban la propiedad intelectual (PI) a gestionarla y ser intermediarios en el posible uso para terceros. Para ello, el documento explica las diferentes concepciones de museo; la discusión sobre los diversos tipos de protección de la PI; y la importancia de la GPIM. Se identificó que la PI en los museos cumple generalmente dos funciones que deben estar balanceadas: la mayor difusión social posible garantizando los derechos de autor y la explotación comercial de la PI, como fuente de recursos, con el fin de garantizar la subsistencia de la institución cultural.

Palabras clave: museo, gestión de la propiedad intelectual, propiedad industrial, derechos de autor, copyleft.

Clasificación JEL: O30, O34, Z11, Z19, L16.

MANAGEMENT OF INTELLECTUAL PROPERTY IN MUSEUMS

Abstract

This article aims to present the management of intellectual property in museums, in a scenario where these cultural institutions became users who not only respect the intellectual property, but are intermediaries in the possible use for third parties. The document explains the different conceptions of museum; the discussion of the various types of intellectual property protection; and the importance of management of intellectual property in museums. It identified that intellectual property in museums generally serves two functions which must be balanced: (i) the greatest possible social diffusion ensuring the copyright and the commercial exploitation of intellectual property, in order to ensure the survival of the cultural institution.

Keywords: museum, management of intellectual property, industrial property, copyright, copyleft.

JEL: O30, O34, Z11, Z19, L16.

¹ Decana de la Facultad de Investigaciones de la Escuela Superior de Administración Pública. Docente de las Universidad Central y Externado de Colombia. Doctora (c) en Ingeniería - Industria y Organizaciones. Magister en Análisis de Problemas Políticos, Económicos e Internacionales; Magister en Sociedades Contemporáneas Comparadas; Especialidad en Geografía y Planeación, Economista. E-mail: jplisg@unal.edu.co

La autora agradece al profesor Álvaro Zerda por su acompañamiento en la elaboración de la tesis de doctorado y sus comentarios frente a la versión inicial del artículo.

INTRODUCCIÓN

El surgimiento, desarrollo y perfeccionamiento de los derechos de Propiedad Intelectual (PI) está relacionado con un incremento en la calidad de vida y el crecimiento económico de las sociedades (OMPI, 2012). Actualmente, su gestión no se limita al derecho o la economía, sino que es de interés para otras áreas como la Administración de Empresas, la Contabilidad, la Ingeniería, entre otras, y es un campo en expansión para la investigación.

Desde la óptica de la relación entre economía y PI es posible identificar varias posiciones que interpretan la definición de derechos de PI como un factor que incentiva y favorece la innovación. Por ejemplo Fink, Smarzynska Javorcik y Spatareanu (2005) consideran que el sistema de PI permite resolver los problemas de información asimétrica entre compradores y vendedores. Greenberg (2010), por su parte, propone que la definición de derechos de PI no resuelve el problema del riesgo asociado con la actividad inventiva, pero si puede favorecer el funcionamiento de los mercados financieros al movilizar recursos destinados a la innovación.

Por su parte, Scotchmer (1991, 1999, 2004), Dushnitski y Klueter (2011) indican que la PI facilita los procesos acumulativos, es decir, los investigadores se basan en el conocimiento existente para construir tecnologías o productos nuevos. Otros enfoques indican que el sistema de PI favorece la especialización de las firmas, ya que la concesión de derechos exclusivos es un incentivo al conferir a la empresa poder de mercado.

Estas ópticas, no obstante, se centran en la relación de la PI y las empresas, pero poco se ha explorado de sobre la PI en instituciones culturales como museos, bibliotecas, archivos, entre otros. Por ello, en este documento se presenta la definición y la importancia de la gestión de la propiedad intelectual en los museos (GPIM), en un escenario en el cual los estas instituciones culturales pasaron de ser usuarios que respetaban la PI a gestionarla y ser intermediarios en el posible uso para terceros.

Para ello, el documento se encuentra dividido en cuatro secciones. En la primera, se presentan las diferentes concepciones de museo; en la segunda se expone la discusión sobre los diferentes tipos de protección de la PI; en la tercera se aborda la GPIM y su importancia, y finalmente se formulan las conclusiones.

1. Entendiendo los museos

El término museo proviene del latín *mouseion*, que quiere decir “templo de las musas” Desvallées y Mairesse (2010, p. 52). Los museos pueden ser entendidos, de acuerdo con el Consejo Internacional de Museos como:

una institución permanente, sin fines lucrativos, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, y que efectúa investigaciones sobre los testimonios materiales del ser humano y de su medio ambiente, los cuales adquiere, conserva, comunica y exhibe, con propósitos de estudio, educación y deleite (Consejo Internacional de Museos, 2007, artículo 3)².

De acuerdo con lo anterior, se considera que tienen carácter de museo:

1. Los monumentos y sitios naturales, arqueológicos, etnográficos e históricos con carácter de museo, que adquieren, conservan y comunican testimonios materiales del ser humano y de su medio ambiente.
2. Las instituciones que mantienen y exhiben colecciones de especímenes vivos de plantas y animales, tales como jardines botánicos y zoológicos, acuarios y vivaria (viveros).
3. Los centros científicos y los planetarios.
4. Los institutos de conservación y las galerías de exhibición mantenidas permanentemente por bibliotecas y centros de archivo.

² En los Estatutos de 1974 se definió el museo como “una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público que realiza investigaciones relativas a los testimonios materiales del hombre y de su medio ambiente, los adquiere, los conserva, los comunica y especialmente los exhibe con fines de estudio, educación y delectación” (Desvallées y Mairesse, 2010, p. 55).

5. Las reservas naturales.
6. Los cibermuseos.
7. Las organizaciones de museos a nivel internacional, nacional, regional o local, así como los ministerios y los departamentos o entidades públicas responsables de los museos (...)
8. Las instituciones u organizaciones sin fines lucrativos que desarrollan programas de investigación, educación, entrenamiento, documentación y otras actividades relativas a los museos y la museología (...) (López Barbosa, et al, 1997).

Por su parte, Desvallées y Mairesse (2010) indican que:

El término “museo” puede designar tanto a la institución como al establecimiento o lugar generalmente concebido para proceder a la selección, el estudio y la presentación de testimonios materiales e inmateriales del individuo y su medio ambiente. La forma y las funciones del museo han variado sensiblemente en el curso de los siglos. Su contenido se ha diversificado al igual que su misión, su forma de funcionamiento y su administración (p. 52).

En este sentido, es necesario llamar la atención sobre uno de los roles principales de los museos: la creación de un *ethos* nacional y un proyecto de nación (Volpe, 2009), en la medida que es un reflejo de la cultura y las tradiciones de un pueblo y que permite la conexión temporal (pasado, presente y futuro). Así mismo, los museos crean conocimiento, proyectos e ideas de futuro, los cuales se retroalimentan del imaginario social de una nación y que está relacionado con la creación del conocimiento.

A su vez, Dujovne (2015) afirma que los museos son un espacio de reflexión, crítica y aprendizaje, asociado con su papel como mediador social y como “activador” del patrimonio:

[L]a entrada de un objeto al museo significa que se lo valora como bien cultural y se lo reconoce como parte del patrimonio común. La constitución de las colecciones de los museos tiene entonces un enorme significado político, porque éstas establecen una línea divisoria entre lo importante o representativo para la comunidad, y esa enorme masa de objetos que queda afuera, desprovista de significado simbólico (s.p).

Pero, también llama la atención sobre si “¿[e]s posible compatibilizar un acceso masivo con el tipo de experiencia íntima, concentrada, reflexiva que se espera del museo?” (Dujovne, 2015). De esta manera, el patrimonio juega un rol fundamental en la construcción del *ethos* nacional, al permitir diferenciar frente a otras naciones y homogenizar, al interior de un país.

Esto mismo se establece en la Política Nacional de Museos en Colombia que indica que:

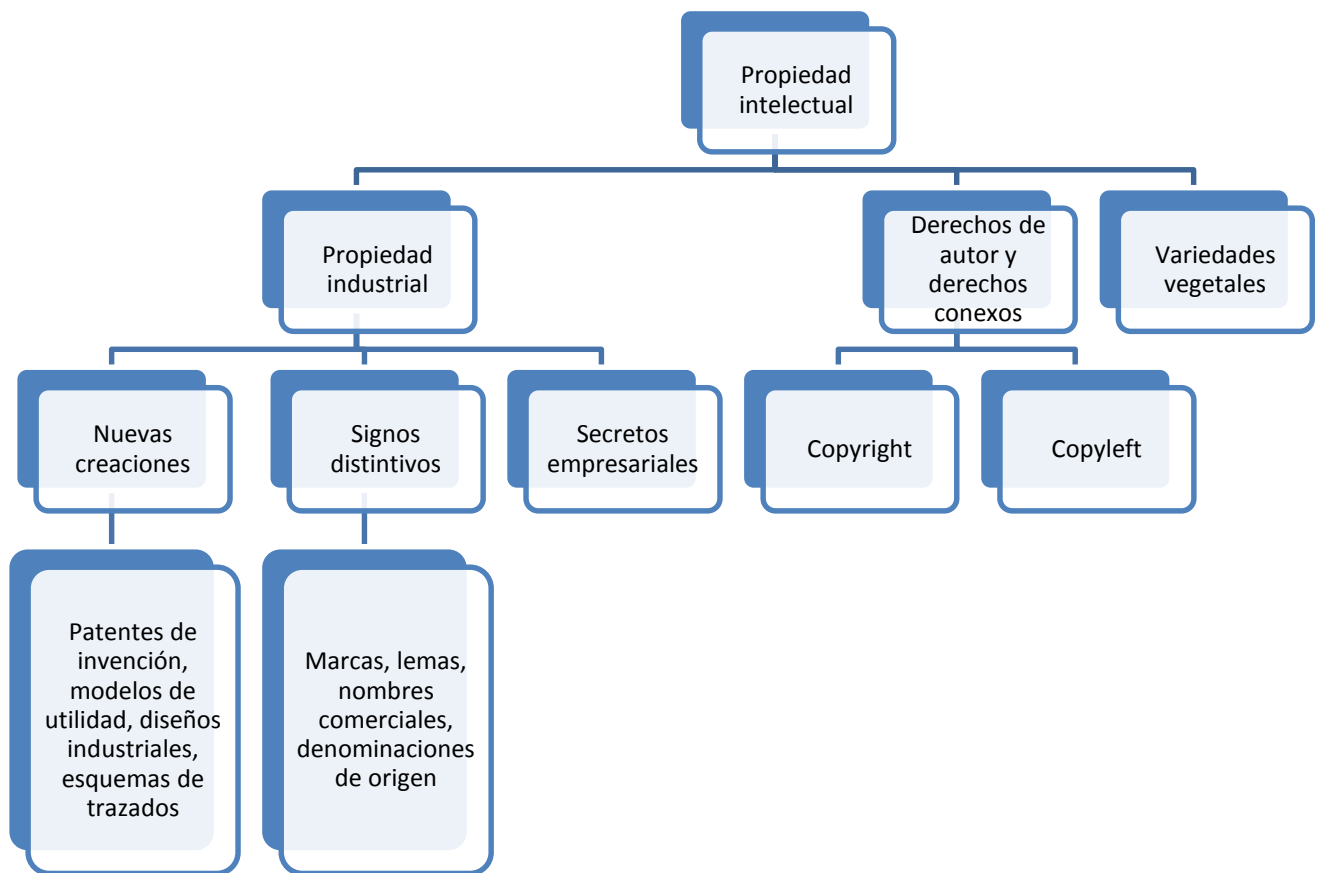
[L]os museos son espacios de memoria, ciudadanía, reconocimiento, valoración y construcción de proyectos de "nosotros" y de los "otros"[...]. [L]os museos son concebidos como escenarios que permiten percibir de manera tangible cómo el patrimonio refleja las motivaciones, razones, intereses, aprendizajes, narrativas de país y son espacios que generan bienestar a sus usuarios gracias a la calidad y variedad de su oferta, proporcionan niveles de satisfacción al ciudadano y por tanto pueden articularse con las dinámicas de desarrollo (Programa de Fortalecimiento de Museos y Ministerio de Cultura, 2015, pp. 7-8).

Relacionado con el último punto se encuentra el hecho de que los museos son responsables de la preservación (incluye la adquisición, conservación y gestión de colecciones), la investigación, la comunicación (educación y exposición) de los elementos en custodia y la gestión (entendida como la acción que permite asegurar la dirección de los asuntos administrativos del museo) (Desvallées y Mairesse, 2010). Dichos elementos son los “objetos, recuerdos, experiencias y realidades de una comunidad, región o país y que permiten su respectiva circulación e intercambio” (Programa de Fortalecimiento de Museos y Ministerio de Cultura, 2015, p. 7). Y se requiere reconocer las líneas de interpretación en que se inscriben los testimonios (cada museo privilegia una mirada y cada espectador elige la propia) y buscar los medios más apropiados para su difusión (Dujovne, 2015). En todos estos contextos se enmarca la definición y uso de la PI.

2. La protección de la propiedad intelectual

De acuerdo con la OMPI (2010) la propiedad intelectual se refiere a “las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres e imágenes utilizadas en el comercio” (p. 2). Bajo el esquema de protección tradicional, la PI se divide en tres ramas: propiedad industrial, derechos de autor y derechos conexos, y variedades vegetales (Figura 1). Los activos que se gestionan, para el caso de las instituciones culturales, corresponden a los derivados de los dos primeros³.

Figura 1. Ramas de la PI



Fuente: elaboración propia.

La visión de la protección tradicional de la PI contrasta con algunas tendencias o movimientos que se enfrentan a la restricción de contenidos (Peters, 2013). Uno de ellos es

³ Dentro de las formas de PI que son susceptible de ser utilizadas por los museos se encuentran: derecho de autor, marcas, nombres de dominio, diseños industriales (Pantalony, 2002, 2003).

el Open Access, discutido recientemente frente a las publicaciones académicas. Por ejemplo, Davis (2011) encontró evidencia de que los artículos de acceso abierto eran más descargados, pero no más citados. Esto lo condujo a concluir que los verdaderos beneficiarios de la publicación de acceso abierto no son las comunidades de investigadores, sino las comunidades de práctica que consumen y consultan los documentos, pero no contribuyen con nuevos trabajos.

Otros autores, también han identificado que los beneficios del acceso abierto no son tan cuantiosos como se esperan, por ejemplo en citaciones y calidad de las publicaciones (Agrawal, 2014); la disponibilidad de los datos (Andreoli-Versbach y Mueller-Langer, 2014). Mientras que otros defienden sus ventajas, tales como: eliminar las barreras de las suscripciones; compatibilidad con la calidad de las publicaciones y la revisión por pares o métricas de factor de impacto; servir de avance para el acceso universal, aunque no puede comprenderse como un sinónimo (Suber, 2004; Curry, 2014); otros están en contra de las críticas de los detractores (Curry, 2014; Solomon y Björk, 2012; Carter et al., 2014). Por su parte, Koutras y Bottis (2013) encontraron que en la Unión Europea no existían incentivos institucionales que favorecieran las iniciativas amplias de acceso abierto, igualmente, recomiendan que debe encontrarse un equilibrio entre las iniciativas de acceso abierto y la protección de los derechos de autor.

Así mismo, se encuentra el movimiento de Open Science, cuyo propósito es que las investigaciones científicas puedan ser consultadas y utilizadas por todos los ciudadanos. Sus principios corresponden al libre acceso a (i) las investigaciones y (ii) bases de datos y protocolos de ensayo; (iii) posibilidad de replicar modelos y experimentos; refuerzo de la infraestructura digital abierta (Andreoli-Versbach y Mueller-Langer, 2014). Dentro de los trabajos más recientes se encuentra el de Carillo y Papagni (2014), que incluye en un modelo de crecimiento shumpetereano un esquema de ciencia abierta con asignación de recursos endógena. Identifica dos estados estacionarios localmente estables: un equilibrio bajo, en el cual la economía está dotada de un pequeño sector de ciencia; y equilibrio alto, en el cual la economía tiene un sector de la ciencia grande con el rápido avance del conocimiento. Los

autores asocian estos dos equilibrios con las enormes diferencias que existen entre los sectores científicos de los países más desarrollados y los menos desarrollados.

Por su parte, Jong y Slavova (2014) examina las interdependencias entre las actividades de las empresas inglesas en los ámbitos de la ciencia abierta y el desarrollo de productos comerciales. Establecieron que la divulgación mediante el trabajo conjunto en publicaciones y colaboraciones académicas con socios académicos afecta positivamente la innovación. Igualmente, concluyeron que la adopción de estrategias científicas abiertas tiene un mayor efecto para las innovaciones radicales que para las innovaciones incrementales. Los estudios de Sayão y Farias Sales (2014) y Ribeiro Pinheiro (2014) analizan las implicaciones para la comunicación científica. A su vez, existe otro grupo de estudios como el de Walsh y Huang (2014) quienes encuentran evidencia de que la actividad de emprendimiento y comercial está menos relacionada con prácticas de “ciencia abierta” que con la protección tradicional.

Ahora bien, en términos de derechos de autor, no sólo es posible utilizar el esquema tradicional de protección (Copyright). Desde hace algunos años se han desarrollado alternativas distintas como el Copyleft, que permite el uso, copia, modificación, distribución de copias de obras. Dentro del Copyleft se encuentran desde 2001 las licencias Creative Commons (CC): “[e]n lugar de declarar todos los derechos reservados, las licencias Creative Commons permiten a los autores reservarse algunos derechos” (Torsen y Anderson, 2010, p. 54).

Según Mancini (2014) algunas de las ventajas de las licencias CC corresponden a que:

- Son aplicables en cualquier jurisdicción, ajustando los niveles de lectura de la Tabla 2, para cada caso en particular.
- Buscan un equilibrio entre los derechos de usuarios y autores.
- Fomentan la publicación de obras cibernéticas.
- Facilitar la localización y el acceso por parte del público a las creaciones en línea, autorizando su uso y/o explotación a partir de modelos de licencias estandarizadas en la red.

Autores como Berry (2005) afirman que el movimiento CC conduce al replanteamiento del rol de los bienes comunes, pero aún cuenta con varias limitaciones frente al propósito inicial de cultura libre. A su vez, existen varios detractores del uso de las licencias CC que consideran que las opciones incluidas en las mismas, también están disponibles en el sistema tradicional de derechos de autor (Michael y Carroll, 2013).

Zimmerman (2014), sin embargo, ve como una de las ventajas del CC la posibilidad de rápida adaptación y diseminación, en contraposición con el copyright. A su vez, Cabrera Peña (2014) encontró que otra de las bondades de las licencias CC es permitir el avance de políticas de acceso abierto en distintas áreas, por ejemplo: recursos educativos abiertos (educación), ciencia abierta, gobierno abierto, GLAM abierto (galerías, biblioteca, archivos y museos), a pesar de que su apropiación por parte de investigaciones y autores aún sea limitada (Vieira Oliveira y Rebel Gomes, 2013).

De acuerdo con Torsen y Anderson (2010) las instituciones culturales que buscan facilitar el acceso y una mayor circulación de la información y el conocimiento, de sus colecciones, pueden tener predilección por licencias CC.

En todos los contextos anteriormente mencionados, las organizaciones se enfrentan a la decisión entre compartir o salvaguardar los conocimientos, dado que requieren recuperar su inversión en I+D (ante este escenario el sistema de PI tradicional ofrece algunas alternativas) y, por otra parte, se reconoce que la protección completa no es posible e incluso no es conveniente (open science y open innovation⁴ serían alternativas de análisis para este caso).

Relacionado con lo anterior, se evidencia una preocupación creciente en investigación relacionada con la Gestión de la Propiedad Intelectual (GPI)⁵, la relación entre el territorio y

4 De acuerdo con la aproximación de *Open innovation* (Chesbrough, 2003), una empresa no puede innovar de forma aislada, requiere de ideas y recursos externos, por tanto se encuentran tres fases: adquisición de conocimiento, uso y transferencia (Gómez y Etxebarria, 2012, San-Martín-Albizuri y Rodríguez, 2012).

5 La gestión de la propiedad intelectual incluye más que las labores de solicitud de protección de las invenciones, dibujos y diseños industriales, derechos de autor y marcas. Supone de forma adicional: la capacidad de la empresa para comercializar esas invenciones; lanzar al mercado sus marcas;

la innovación y la discusión entre las corrientes de acceso abierto y acceso restringido, en países asiáticos y europeos, pero en países latinoamericanos esta temática hasta ahora comienza a trabajarse. Por ejemplo, Mukundan y Jain (2012), Manfredi y Nappo (2012), Carlsson, Dumitriu, Glass, Nard y Barrett (2008) y Bader (2007) han identificado que la GPI está relacionada con la identificación, valoración y uso de los activos.

3. La Gestión de la Propiedad Intelectual en los museos (GPIM)

Según Pantalony (2003) a comienzo del siglo XIX prevalecía la noción entre los profesionales del patrimonio cultural, que eran usuarios mas no titulares de la PI; no obstante, con las TIC la importancia de la PI fue en aumento, para dar acceso y preservar las colecciones; gestionar y distribuir contenidos del patrimonio cultural, entre otros. En este sentido los museos pasaron de ser usuarios que respetaban la PI a gestionarla y ser intermediarios en el posible uso para terceros (Casas Vallés, 2008; Pantalony, 2003; Anido Merino, 2011). Un ejemplo claro de ello, donde interactúa la información, los usuarios y las TIC son los museos virtuales (Gómez Mont, 2009), de allí la necesidad de redefinir la forma en la que los museos entienden y usan los recursos de protección de la PI.

La GPI en instituciones culturales está relacionada con la administración de bienes inmateriales y materiales, a partir de la elaboración de un inventario, la definición de la política de PI, las estrategias de licenciamiento, el uso de derechos digitales, *outsourcing*, y el plan de comunicación y mercadeo, conocimiento del entorno (OMPI, 2011, 2012a, Pantalony, 2002, 2013). Aunque en muchos escenarios se puede percibir que los derechos de

conceder licencias sobre sus conocimientos técnicos; realizar transacciones conjuntas; celebrar otros acuerdos contractuales de propiedad intelectual; ejercer y supervisar eficazmente sus derechos de propiedad intelectual; identificar nuevas tecnologías disponibles; reconocer posibles socios futuros; monitorear las actividades de invención de sus competidores (OMPI, 2012a). En otras palabras quiere decir hacer uso eficiente y adecuado de: los esfuerzos de I&D propios, los conocimientos de dominio público y los conocimientos de terceros (susceptibles de ser adquiridos o usados mediante licencias, por ejemplo).

Lis-Gutiérrez (2013) presenta una revisión de las diferentes concepciones de la GPI, identificando tres tendencias la macroeconómica, la aplicada a las empresas y la implementación de herramientas informáticas.

autor de terceros son un obstáculo para reproducir o distribuir los contenidos del patrimonio cultural, con fines educativos o de conservación.

En ese contexto, Anido Merino (2011) afirma que los museos trabajan con obras de arte que poseen derechos de autor que exigen una gestión adecuada y menciona algunas de las principales dificultades para gestionar la PI:

- Diferentes tipos de obras y prestaciones⁶.
- La relación entre la originalidad de las obras y la protección de la PI.
- La diversidad de elementos que hacen parte de las exposiciones y la protección asociada a cada uno.
- La restauración y la necesidad de respetar los derechos morales de los autores.
- Las diferentes formas de reproducción de los obras.
- Explotación de derechos inmateriales propios.
- Explotación asociada a la reproducción, distribución y comunicación pública de obras protegidas (catálogos, guías, folletos, carteles, invitaciones con reproducción de la obra, dvd, materiales audiovisuales).
- Merchandising
- Nuevos formatos artísticos vs. concepciones de conservación y exposición.

Ahora bien, considerando los nuevos retos de la digitalización de contenidos de los museos, el trabajo de Lima (2010) se pregunta por: “¿cuáles son los desafíos que enfrentan los museos en relación a (sic) la gestión de los derechos de los objetos materiales que integran su patrimonio (de titularidad propia o ajena) y a la posibilidad y necesidad de digitalización?” (p. 76). En un trabajo posterior, esta autora (Lima, 2011) resalta la necesidad de identificar el inventario de bienes intelectuales como una herramienta fundamental de gestión y administración de la PI. Las fases para ello serían (Lima, 2011, p. 10):

⁶ Una prestación corresponde a un:

Conjunto heterogéneo de bienes intelectuales que no generan derechos de autor si no “otros derechos de PI” afines a ellos³¹. Muchas de estas prestaciones son importantes para la actividad de los museos ya que pueden traducirse en actuaciones, grabaciones, bases de datos, fotografías. Por ejemplo, una audio guía incorpora una obra y puede generar derechos afines a favor de locutor (Anido Merino, 2011, p. 19).

- a. Identificación de los bienes intelectuales y la legislación que permite resguardarlos.
- b. Establecer si los bienes pertenecen al dominio público o al dominio privado del museo o de terceros.
- c. Constatar quién detenta la titularidad sobre los mismos
- d. Hacer constar las autorizaciones, permisos o licencias de uso o reproducción que existan sobre cada bien intelectual como condición de su accesibilidad al público general.

Realizando un balance sobre los elementos cubiertos por la PI en museos se encuentran los indicados en la Tabla 1.

Tabla 1. Elementos cubiertos por la PI en museos

Forma de protección	Producto
Derechos de autor	<ul style="list-style-type: none"> • Publicaciones científicas y educativas en general que incorporan dibujos o imágenes fotográficas (en formato impreso o digital). • Material didáctico, sea en forma de texto o de juegos. • Producciones audiovisuales y multimedia (en formato digital). • Bases de datos, compilaciones de datos u otros materiales.
Marcas	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño del nombre de la institución y del logotipo. • Dibujo del edificio como parte integrante de la identidad cultural del museo. • Páginas Web donde se organiza y expone el contenido de los museos y se divulgan sus actividades, que bajo la inscripción de nombre de dominio pueden ser protegidas como marca. • Títulos de exposiciones y de programas de actividades.
Diseños y modelos industriales	<ul style="list-style-type: none"> • Diseños de exhibiciones (como resultado de la investigación, organización y disposición de la información y de los materiales). • Diseños aplicados a los objetos de merchandising. • Diseños de folletería y diversos materiales para la publicidad de actividades.
Patentes e información confidencial	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevas técnicas científicas de conservación. • Información confidencial relativa a nuevos hallazgos que aún están siendo estudiados, o sobre datos de usuarios, GPS de sitios arqueológicos resguardados como secretos. • PI relativa a las prácticas de administración del museo como por ejemplo, contenido de base de datos de usuarios, donantes y patrocinadores, métodos de obtención de financiación.

Fuente: elaboración a partir de Lima (2011, p. 8) y Pantalony (2003, p. 35-38).

Sumado a lo anterior, el trabajo elaborado por Pantalony (2002, 2003) propone que los museos pueden beneficiarse de su prestigio, su autoridad científica, los contenidos y los conocimientos exclusivos que poseen, para lograr una mayor difusión de la cultura y el patrimonio cultural y a la vez obtener ingresos. Una de las principales recomendaciones derivadas de ese estudio es que se requieren mecanismos de gestión digital de los derechos los museos, con el fin de lograr la seguridad de los contenidos, la protección de su marca y de su identidad.

Este autor, igualmente, realiza una distinción entre las categorías a las cuales se aplica la PI: colecciones; actividades académicas; tecnologías para gestión de colecciones, conservación, métodos comerciales; administración del museo. Incluso, en un trabajo posterior (Pantalony, 2013) a partir de The Canadian Heritage Information Network (CHIN), identificó 5 tipos de PI que pueden ser gestionados por los museos, y los cuales difieren un poco de la aproximación de Lima (2011) (2).

Tabla 2. Tipos de PI que pueden ser gestionados en museos

Forma de protección	Producto
Derechos de autor	<ul style="list-style-type: none"> • Imágenes fotográficas de objetos y obras de arte de las colecciones del museo • Grabaciones de audio • Filmaciones • Publicaciones en CDs • Obras audio - visuales • Producciones multimedia, ya sea en CD o disponible en Internet • Publicaciones y material educativo , ya sea en forma impresa o electrónica • Interpretaciones o ejecuciones de ECT • Bases de datos de información sobre las colecciones o ECT
Marcas	<ul style="list-style-type: none"> • El nombre del museo y cualquier logo o gráfico que permitan identificarlo • Nombre de un artista o su firma como una marca comercial • El edificio en el que se aloja el museo, sobre todo si es altamente reconocible • Títulos de exposiciones y programas que sean susceptibles de protegerse como marcas • El embalaje o el color de los objetos den los museos. A menudo se vende en sus tiendas de regalos , como una forma de marca • Obras de arte que puedan ser protegidas como marcas comerciales y con alta recordación asociada al museo

Forma de protección	Producto
	<ul style="list-style-type: none"> • Marcas
Patentes e información confidencial	<ul style="list-style-type: none"> • En la identificación de las colecciones • En la actividad académica, por ejemplo, en la contextualización de la información sobre las colecciones • En tecnologías, como la gestión especializada colecciones métodos y aplicaciones técnicas; lenguaje HTML especializado y específico para los museos; técnicas de conservación científica; métodos comerciales relativos a diversas capacidades de comercio electrónico, relacionados con el e-commerce • PI relativa a las prácticas de administración del museo como por ejemplo, contenido de base de datos de usuarios, donantes y patrocinadores, métodos de obtención de financiación.
Nombres de dominio y otras formas de identificación en <i>social media</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Definición de mecanismos de renovación y defensa de los nombres de dominio • Uso adecuado de las diferentes plataformas de redes sociales, de acuerdo con las políticas y directrices respectivas.
Diseños y modelos industriales	<ul style="list-style-type: none"> • Diseños aplicados a los objetos de merchandising. • Objetos en una colección que exijan la licencias para su reproducción y distribución • Obras por encargo

Fuente: elaboración propia, a partir de Pantalony (2013, p. 20-21), y Torsen y Anderson (2010).

Carmichael (2006) fue más allá y consideró que la PI incluía gran variedad de bienes: colecciones (cuadros, grabados, dibujos, documentos, manuscritos, vídeos, películas, artefactos y esculturas), publicaciones, bases de datos (archivos de conservación de los objetos, inventarios de las colecciones de galerías y museos, datos científicos y de investigación.), CD-ROMS, fotografías e imágenes, películas y grabaciones de vídeo, así como grabaciones de sonido. De acuerdo con este autor los museos se enfrentan a desafíos debido a las nuevas tecnologías, por ejemplo, en lo relacionado con lo que puede legalmente ser publicado o expuesto, a través de las imágenes en línea.

Asociado con lo anterior, se encuentra como lo describen Torsen y Anderson (2010):

Los museos, las bibliotecas y los archivos tienen colecciones de fotografías, grabaciones sonoras, películas y manuscritos que registran documentalmente la vida, las expresiones culturales y los sistemas de conocimientos de los pueblos indígenas y las comunidades tradicionales [...] la gestión del acceso y uso de esas colecciones

plantea varios problemas a los museos, las bibliotecas y los archivos. A menudo, los problemas surgen de las complejas condiciones sociales, históricas, culturales, jurídicas y políticas que influyen en las colecciones de esas instituciones (p. 5).

La discusión radica en que algunas expresiones culturales tradicionales (ECT⁷) pueden no tener una naturaleza claramente definida y que no hay una legislación específica en la materia que dirija la gestión, accesibilidad y utilización de las ECT, muchas de ellas entran al dominio público, por ejemplo las expresiones culturales tradicionales (folclore) (OMPI, 2005).

Torsen y Anderson (2010), proponen igualmente la “gestión de derechos digitales” y las “medidas tecnológicas de protección” para impedir el acceso o uso de obras protegidas por derecho de autor, salvo en las condiciones definidas por el titular.

Considerando lo anterior, puede concluirse que los museos se enfrentan a un trade-off entre la explotación comercial de la PI y mecanismos para una mayor difusión social de sus testimonios que garanticen la protección de los derechos de autor, considerando que: “O museu cumpre seu papel social quando atua como vetor de comunicação a distintos públicos, mas também como laboratório de experimentação, centro de formação e nicho de segurança para a autoria da produção científica” (Cardoso de Mello, 2014, p. 607).

Conclusiones

7 De acuerdo con Torsen y Anderson (2010) las ECT son expresiones que:

[S]e transmite de generación en generación, bien oralmente, bien por imitación; [...] refleja la identidad social y cultural de una comunidad; [...] [está] formada por elementos característicos del patrimonio de una comunidad; [...] realizada por “autores desconocidos” y/o por comunidades y/o personas a los que, de manera conjunta, se les reconoce el derecho, la responsabilidad o el permiso para hacerlo; [...] a menudo creada con fines espirituales y religiosos; y, [...] en constante evolución y desarrollo y que se recrea continuamente en el seno de la comunidad” (p. 15).

Como se ha visto en el documento, tanto la concepción del museo como el ambiente en el que se desarrollan las manifestaciones culturales que resguardan estas instituciones culturales, han sufrido grandes transformaciones en décadas recientes. Esto implica que la relación con las TIC y los mecanismos de protección de la propiedad intelectual debe ser redefinida.

La PI en los museos cumple generalmente dos funciones que deben estar balanceadas: la mayor difusión social posible garantizando los derechos de autor y la explotación comercial de la PI, como fuente de recursos, con el fin de garantizar la subsistencia de la institución cultural. La dificultad radica en que muchos de los museos de América Latina, ni siquiera tiene un inventario claro de sus testimonios, lo que hace más difícil que exista una política de PI clara e implementada.

La protección y gestión de la PI no se limita a los mecanismos tradicionales de copyright. Alternativas como Creative Commons, es una manera de complementar o sustituir la protección tradicional, dependiendo de cuál interés prima en el museo, el de difusión o explotación comercial. En este sentido, sería pertinente evaluar si los museos utilizan el esquema tradicional o las alternativas de copyleft, para garantizar los derechos de autor.

Igualmente, sería muy útil para las entidades museales contar con un modelo de valoración de intangibles alternativo que no se base en el sistema de costos o en el cálculo de beneficios económicos pasados y futuros.

Bibliografía

- Agrawal, A.A. (2014). Four more reasons to be skeptical of open-access publishing. *Trends in Plant Science*, 19(3), 133.
- Andreoli-Versbach, P. y Mueller-Langer, F. (2014). Open access to data: An ideal professed but not practiced. *Research Policy*, 43(9), 1621-1633.
- Anido Merino, E.L. (2011). *Análisis de los problemas de la gestión de la propiedad intelectual en las instituciones museísticas*. Madrid: Escuela de Organización Industrial.
- Bader, M.A. (2007). Extending legal protection strategies to the service innovations area: Review and analysis. *World Patent Information*, 29(2), 122-135.

- Berry, D. (15 de julio de 2005). On the “Creative Commons”: a critique of the commons without commonality. *Free Software Magazine*. Disponible en http://www.freesoftwaremagazine.com/articles/commons_without_commonality
- Cabrera Peña, K. (2014). Modelos de acceso abierto en educación y ciencia. *Educación y Educadores*, 17(2), 321-338. Disponible en <http://educacionyeducadores.unisabana.edu.co/index.php/eye/article/view/3019>
- Cardoso de Mello, J. (2014). Propriedade intelectual, comunidades tradicionais e patrimônio imaterial em museus de ciência e tecnologia. *Início*, 10(2), 599-608. Disponible en: <http://revista.ibict.br/liinc/index.php/liinc/article/view/718>
- Carillo, M. R. y Papagni, E. (2014). “Little Science” and “Big Science”: The institution of “Open Science” as a cause of scientific and economic inequalities among countries. *Economic Modelling*, 43, 42-56.
- Carlsson, B., Dumitriu, M., Glass, J.T., Nard C.A. y Barrett R. (2008). Intellectual property (IP) management: Organizational processes and structures, and the role of IP donations. *Journal of Technology Transfer*, 33(6), 549-559.
- Carmichael, T. (2006). Los Museos y la Propiedad Intelectual en la era de los multimedia. *Noticias del ICOM*, 2, 3-4.
- Carter, A.J., Horrocks, N.P; Huchard, E.; Logan, C.J. ; Lukas, D.; MacLeod, K.. Marshall, H.H.; Peck, H.L.; Sanderson, J. y Sorensen, M. (2014). Junior scientists are sceptical of sceptics of open access: a reply to Agrawal. *Trends in Plant Science*, 19(6), 339-340.
- Casas Vallés, R. (2008). La propiedad intelectual en los museos. *Museos.es: Revista de la Subdirección General de Museos Estatales*, 4, p. 76-96. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2865864>
- Chesbrough, H. W. (2003): *Open Innovation. The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*, Boston: Harvard Business School Press
- Consejo Internacional de Museos (2007). *Estatutos del ICOM*. Viena: ICOM. Disponible en http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Statuts/statutes_spa.pdf
- Creative Commons Colombia (2014). Creative Commons. Disponible en http://co.creativecommons.org/?page_id=12
- Curry, S. (2014). Open access - reasons to be cheerful: a reply to Agrawal. *Trends in Plant Science*, 19(4), 196-197.
- Davis, P. (2011). Open access, readership, citations: a randomized controlled trial of scientific journal publishing. *The FASEB Journal*, 25(7), 2129-2134.
- Desvallées, A. y Mairesse, F. (dir) (2010). *Conceptos claves de museología*. París: Armand Colin. Disponible en: http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Key_Concepts_of_Museology/Museologie_Espagnol_BD.pdf
- Dujovni, M. (2015). Museos Hoy. El Itinerante, 39. Disponible en: <http://www.museoscolombianos.gov.co/Sitio/elitinerante/numero39/default.aspx>
- Dushnitski, G. y Klueter, T. (2011). Is There an eBay for Ideas? Insights from Online Knowledge Marketplaces. *European Management Review*, 8(1), 17-32
- Fink, C., Smarzyńska Javorcik, B. y Spatareanu, M. (2005). Income-Related Biases in International Trade: What Do Trademark Registration Data Tell Us? *Review of World Economics*, 141(1), 79-103.
- Gómez Mont, C. (2009). Museos virtuales. *Revista Mexicana de Comunicación*, 116, 9. Disponible en: <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2009/06/26/museos-virtuales/>
- Gómez Uranga, M. y Etxebarria Kerexeta, G. (2012). Introducción: Variedad de temas y de tratamientos sobre la Innovación. *Cuadernos de Gestión*, 12, 15-26.
- Greenberg, G. (2010). *Small Firms, Big Patents? Estimating Patent Value Using Data on Israeli Start-ups Financing Rounds*. Ponencia presentada en “The 4th Israeli Strategy Conference”.
- Jong, S. y Slavova, K. (2014). When publications lead to products: The open science conundrum in new product development. *Research Policy*, 43(4), 645-654.

- Koutras, N. y Bottis, M. (2013). Institutional Repositories of Open Access: A Paradigm of Innovation and Changing in Educational Politics. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 106(10), 1499-1504.
- Lemos, R. (2005). *Direito, tecnologia e cultura*. Rio de Janeiro: FGV.
- Lima, M.C. (2010). *Museos y propiedad intelectual. Los desafíos de la digitalización de contenidos* [Tesis de Maestría]. Maestría en Propiedad Intelectual. FLACSO-Sede Académica Argentina.
- Lima, M.C. (2011). *Guía de Buenas Prácticas para Administración de la Propiedad Intelectual en Museos y Archivos de Argentina*. Ginebra: OMPI.
- Lis-Gutiérrez, J.-P. (2013). *Gestión de la propiedad intelectual en las organizaciones. Una revisión de la literatura reciente*. Superintendencia de Industria y Comercio. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2281931>
- López Barbosa, F., Consejo Internacional de Museos, García Bernal, O.J. y González, B. (1997). *Código de ética profesional de los museos Icom: adoptado por el Consejo Internacional de Museos (ICOM)*. Bogotá: Imprenta Nacional. Disponible en: <http://www.banrepultural.org/blaavirtual/bibliotecologia/codetica/etmus1.htm>
- Malina Torrent, M. (2006). Comunidad, tecnociencia, trabajo y cooperación en la construcción del activismo copyleft. En VV.AA, *Copyleft Manual de Uso*. Madrid: Ed. Traficantes de sueños. Disponible en: http://www.edicionessimbioticas.info/IMG/pdf/libro_manualcopyleft.pdf
- Mancini, L. C. (2014). *¿Cómo fomentar el acceso de la sociedad al conocimiento a partir de contenidos compartidos por internet: alternativas en la propiedad intelectual para la era digital?* Tesis para optar el título de maestría en Derechos Humanos y Democracia. Flacso. Disponible en: http://bibdigital.flacso.edu.mx:8080/dspace/bitstream/handle/123456789/4007/Mancini_LC.pdf?sequence=1
- Manfredi, S. y Nappo, F. (2012). The implementation of intellectual property strategies inside the organization: Patent and brand's assessment, management and protection. *International Journal of Mathematical Models and Methods in Applied Sciences*, 6(1), 53-62.
- Michael, W. y Carroll, J.D. (2013). Creative Commons and the Openness of Open Access. *The New England Journal of Medicine*, 368, 789-791. Disponible en: <http://www.nejm.org/doi/full/10.1056/NEJMp1300040>
- Mukundan, R. y Jain, K. (2012). Enhancing a firm's strategic intellectual property management system - the role of patent quality. *Journals of Intellectual Property Rights*, 17(5), 385-389.
- OMPI (2005). *Archivos y museos: El equilibrio entre la protección y la preservación del patrimonio cultural*. Ginebra: OMPI. Disponible en: http://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2005/05/article_0010.html
- OMPI (2010). *¿Qué es la propiedad Intelectual?* Ginebra: OMPI. Disponible en: http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/450/wipo_pub_450.pdf
- OMPI (2011). *Los nuevos parámetros de la innovación*. Ginebra: OMPI. Disponible en: http://www.wipo.int/econ_stat/es/economics/wipr/
- OMPI (2012a). *Índice Mundial de Innovación 2012*. Ginebra: OMPI. Disponible en: http://www.wipo.int/pressroom/es/articles/2012/article_0014.html
- OMPI (2012b). *La propiedad intelectual y las pequeñas y medianas empresas*. Ginebra: OMPI. Disponible en: http://www.wipo.int/about-ip/es/studies/publications/ip_smes.htm
- Pantalony, R. E. (2002). Museums and Digital Rights Management Technologies. *Museum International*, 54(4), 13-20.
- Pantalony, R. E. (2003). *Guía de la OMPI para la gestión de la propiedad intelectual en los museos*. Ginebra: OMPI.
- Pantalony, R. E. (2013). *Managing Intellectual Property for Museums*. Ginebra: WIPO.
- Peters, M. (2013). Open Science, Philosophy and Peer Review. *Educational Philosophy and Theory*. DOI:10.1080/00131857.2013.781296
- Programa de Fortalecimiento de Museos y Ministerio de Cultura (2015). *Política Nacional de Museos. Mejores museos, mejores ciudadanos*. Bogotá: Ministerio de Cultura. Disponible en: <http://www.museoscolombianos.gov.co/imagenes/documentos/pol%C3%ADtica%20de%20museos%20definitivo.pdf>

- Ribeiro Pinheiro, L.V. (2014). Do acesso livre à ciência aberta: conceitos e implicações na comunicação científica. *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde*, 8(2), 153-165. Disponível em: <http://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/946/1806>
- San-Martín-Albizuri, N. y Rodríguez-Castellanos, A. (2012). Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales. *Telos*, 14(1), 83 – 101.
- Sayão, L.F. y Farias Sales, L. (2014). Dados abertos de pesquisa: ampliando o conceito de acesso livre. *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde*, 8(2), 76-92. Disponível em: <http://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/viewArticle/934>
- Scotchmer, S. (1991). Standing on the Shoulders of Giants: Cumulative Research and the Patent Law. *The Journal of Economic Perspectives*, 5(1), 29-41.
- Scotchmer, S. (1999). On the Optimality of the Patent Renewal System. *The RAND Journal of Economics*, 30, 181-196.
- Scotchmer, S. (2004). *Innovation and Incentives*. Cambridge MA: MIT Press.
- Solomon, D.J. y Björk, B.-C. (2012). A study of open access journals using article processing charges. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 63 1485–1495.
- Suber, P. (2004). *Open Access Overview: Focusing on open access to peer-reviewed research articles and their preprints*. Disponível em <http://legacy.earlham.edu/~peters/fos/overview.htm>
- Torsen, M. y Anderson, J. (2010). LA PROPIEDAD INTELECTUAL Y LA SALVAGUARDIA DE LAS CULTURAS TRADICIONALES. Cuestiones jurídicas y opciones prácticas para museos, bibliotecas y archivos. Ginebra: OMPI. Disponível em: http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/tk/1023/wipo_pub_1023.pdf
- Vieira Oliveira, F. y Rebel Gomes, S.L. (2013). A licença Creative Commons e o movimento de acesso aberto à informação científica: um olhar para a Scientific Electronic Library on Line (SciELO). En: XXV Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação – Florianópolis, SC, Brasil. Disponível em <http://portal.febab.org.br/anais/article/download/1602/1603>
- Volpe, S. (2009). Educación y museos. La construcción de las imágenes del pasado. En: Primer Foro Virtual de Arqueología y Patrimonio. Disponível em: <http://www.cubaarqueologica.org/forovirtual/ponencias.htm>
- Walsh, J.P. y Huang, H. (2014). Local context, academic entrepreneurship and open science: Publication secrecy and commercial activity among Japanese and US scientists. *Research Policy*, 43(2), 245-260.
- Zagana, M. y Liesenberg, H. K. E. (2008). Autoria e compartilhamento social: a criação de conteúdos na Internet. *DataGramaZero – Revista de Ciência da Informação*, 9 (1). Disponível em: http://www.dgz.org.br/fev08/Art_05.htm.
- Zimmerman, T. (2014). The Future of Copyright? A Look at the First Decade of Creative Commons. En: Intellectual Property Caucus of the Conference on College Composition and Communication. The CCCC-IP Annual: Top Intellectual Property Developments of 2013 (pp. 33-37). Disponível em: <http://www.ncte.org/library/NCTEFiles/Groups/CCCC/Committees/TopIP2013Collection.pdf#page=36>