

## 1.0 INTRODUCCIÓN

La Asamblea General trienal celebrada en 2004 en Seúl dio una nueva resonancia al significado y la importancia de la adaptabilidad y la transformación, reiterando nuestro compromiso con los Valores Fundamentales y la Misión del ICOM, tal como figuran en el Plan Estratégico 2001-2007, y permitiendo a los participantes impulsar un debate global sobre las cuestiones que interesan a los profesionales de los museos y las instituciones museísticas en su firme resolución de aceptar la diversidad y proteger la identidad cultural y el patrimonio mundial, tanto material como inmaterial.

Gracias a la abnegada labor realizada por el Comité del Programa de Seúl para reestructurar la versión inicial del Plan Estratégico 2004-2010 del ICOM, los miembros de la Organización aprobaron un plan para el futuro que tenía en cuenta la audiencia cada vez mayor de ésta y las crecientes necesidades de sus afiliados y de los públicos a los que presta servicios. Ante los formidables desafíos planteados tanto a los profesionales de los museos como al propio ICOM, el proyecto de Plan Estratégico tenía en cuenta la necesidad perentoria de asumir dinámicamente las realidades de la mundialización, velando al mismo tiempo por la sostenibilidad de nuestro entorno cultural y natural. El proceso de regeneración del ICOM debía proseguir adelante.

El Consejo Ejecutivo, en su reunión de diciembre de 2004, al examinar las exigencias que entrañaba la aplicación del Plan Estratégico decidió ir aún más lejos. Para ejecutar con éxito el programa que la Organización se había comprometido a realizar, el Consejo admitió que era necesario sintetizar y estructurar con mayor claridad los elementos que constituyen la esencia misma del ICOM. Los resultados de un intenso proceso de prospectiva y diálogo franco con un grupo de esencial importancia de asociados estratégicos del ICOM, así como con el personal, afianzaron la opinión del Consejo de proseguir el proceso de reestructuración del Plan Estratégico.

Ese proceso se completó con un examen minucioso del proyecto de Plan Estratégico por parte de un grupo restringido de representantes del Comité del Programa, del Consejo y del personal en abril de 2005. Al hacerse cargo de la importante tarea

de establecer el orden de prioridad de los objetivos estratégicos, ese examen ofreció una oportunidad suplementaria para llevar cabo una reflexión y un análisis crítico. El Consejo procedió a más revisiones del nuevo proyecto ulteriormente.

La Secretaría del ICOM emprendió luego la tarea fundamental de aportar el acervo inestimable de conocimientos y experiencia que posee la Organización para llevar cabo un análisis concienzudo de las lagunas y estructurar el examen del contexto en el que se basan nuestras hipótesis. El Consejo aprovecha la oportunidad que se le ofrece para felicitar al personal de la Secretaría por haber puesto todos sus recursos, experiencia y sentido del deber para con la Organización al servicio de la elaboración de una proyección notable, sucinta y precisa del contexto futuro en el que el ICOM habrá de sobrevivir, salir adelante y prosperar.

El Plan Estratégico prevé una Organización accesible, fuerte y dotada de la capacidad necesaria para promover asociaciones entre sus afiliados que redunden en beneficio mutuo de todos ellos, así como para velar al mismo tiempo por que se mantengan la integridad y pertinencia de los programas dentro de un marco de acción flexible y fidedigno. El Consejo ha de comprometerse a lograr que este proyecto se plasme en los hechos.

Alissandra Cummins  
Presidenta del ICOM

## **RESUMEN**

El Plan Estratégico del ICOM 2005-2007 refleja de qué manera han de difundirse los Valores Fundamentales del ICOM y darse a conocer su Misión gracias a las actividades de la Organización, y refleja también cuál es la posición que el ICOM pretende asignarse a sí mismo a raíz de los nuevos desafíos y posibilidades que se le presentan.

La aplicación del Plan Estratégico permitirá suscitar en la totalidad de la Organización –desde los Miembros individuales e institucionales hasta los Comités nacionales e internacionales– el grado de compromiso, la creatividad y la energía indispensables para incrementar la sinergia con sus asociados actuales y futuros.

La consecución de los Objetivos del Plan Estratégico se logrará mediante las actividades resultantes de un Examen del Contexto, en el que se exponen las previsiones para el trienio teniendo en cuenta las circunstancias externas e internas que condicionan la creación y el desarrollo de los museos, la evolución de las profesiones museísticas y las futuras necesidades del patrimonio cultural y natural, elementos que a su vez determinan las actividades que el ICOM tiene que emprender.

El alcance de los Objetivos del Plan Estratégico permitirá al ICOM seguir manteniendo su condición de organización dinámica y relevante en el seno de la comunidad dedicada a la preservación del patrimonio. El ICOM intensificará sus esfuerzos encaminados a promover prácticas ejemplares en las instituciones museísticas mediante el Código de Deontología para los

Museos, así como por intermedio de la producción permanente de información y conocimientos y su aprovechamiento compartido entre los profesionales del mundo entero.

La necesidad de sensibilizar al público a la protección de la identidad y del patrimonio culturales contra los desastres y el tráfico ilícito será objeto de una atención aún más intensa, habida cuenta del papel que la Organización tendrá que desempeñar en la prestación de asistencia a las instituciones dedicadas al patrimonio que hayan sido víctimas de desastres, siguiendo así el rumbo trazado por su reacción ante el tsunami que afectó a la región del Océano Índico en diciembre de 2004.

El Plan Estratégico reforzará el papel que ha de desempeñar el Centro de Información ICOM-UNESCO en los servicios prestados por la Organización a la comunidad internacional, en la que están comprendidos no sólo los miembros del ICOM y los especialistas de la UNESCO, sino también organizaciones no gubernamentales, investigadores independientes, estudiantes y profesionales de museos en general. Venciendo los problemas (limitaciones de los recursos) y aprovechando las posibilidades (informatización y utilización de Internet), el Centro de Información ICOM-UNESCO debe adentrarse en la era digital, rebasando sus límites físicos y poniendo sus recursos a disposición de todos en el ciberespacio para apoyar la realización de la misión y las actividades del ICOM.

Por último, cabe señalar que se ha determinado que las tecnologías de la información y la comunicación representan un instrumento esencial para ayudar al ICOM a la consecución de los objetivos de su Plan Estratégico mediante una vasta difusión de información entre la comunidad dedicada a la preservación del patrimonio natural y cultural en el mundo entero. La utilización innovadora de las TIC por parte del ICOM ya ha demostrado su eficacia en la labor de agrupar y fortalecer a la comunidad mundial dedicada a la preservación del patrimonio, conectando entre sí a los museos pequeños, los museos locales y los museos de los países menos desarrollados. A este respecto, el ICOM tiene la intención de aportar su contribución a la realización del programa de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, intensificando sus actividades en lo que respecta al dominio de alto nivel puntoMuseum (<.museum>) y al nuevo nombre de dominio internacionalizado (IDN) que contribuirá a la salvaguarda de la identidad cultural mediante el fomento de la diversidad lingüística en el ciberespacio. El Plan Estratégico no se ha concebido como un documento estático y, por lo tanto, se podrá adaptar a un entorno en perpetua evolución. Es el fruto de un proceso de maduración colectivo de muchos años de duración que nos proporciona una guía actualizada para el camino que se ha de recorrer, y tiene por objetivo conseguir la consolidación del ICOM en su calidad de organización internacional representante indiscutible de los profesionales de museos y defensora eficaz de la protección del patrimonio y la diversidad cultural.

## 2.0 VALORES FUNDAMENTALES DEL ICOM

Los siguientes valores fundamentales constituyen la base de la acción del ICOM:

- *dedicación a la conservación y transmisión del patrimonio natural y cultural, material e inmaterial, así como a la comunicación a la sociedad de los temas relacionados con éste;*
- *reconocimiento de todas las expresiones de la creatividad humana y de su valor para el conjunto de la sociedad en la interpretación del pasado, la configuración del presente y la prospectiva del futuro;*
- *reconocimiento de la diversidad intelectual, cultural y social, así como respeto de las diferencias, en cuanto vectores del entendimiento intercultural y la cohesión social;*
- *perfeccionamiento profesional, formación permanente, tutoría, intercambio de experiencias y asistencia recíproca entre las redes de los profesionales de museos;*
- *conducta profesional: observancia y promoción del Código de Deontología del ICOM;*
- *estímulo y apoyo especial a la labor museística y las iniciativas relativas al patrimonio que revisten un carácter plurilingüe, interdisciplinario, polifacético o intercultural o establecen vínculos entre poblaciones, países y regiones diferentes;*
- *educación de las comunidades y divulgación de competencias como parte integrante de la creación de capacidades, contribuyendo así al desarrollo sostenible en función de las distintas necesidades socioculturales;*
- *publicación y difusión de información en apoyo de los Objetivos del ICOM;*
- *promoción de los valores democráticos, la comunicación y el enfoque de prestación de servicios a todos los niveles organizativos del ICOM;*
- *compromiso con las cuestiones públicas relativas al cambio social y participación activa en los debates sobre artes, cultura y patrimonio que tengan una repercusión en la labor de los museos y de los profesionales museísticos;*
- *acción conjunta con las organizaciones asociadas y proyección de la labor y los valores del ICOM a nivel internacional.*

## 3.0 MISIÓN DEL ICOM

***El ICOM es la organización internacional de museos y profesionales museísticos comprometida con la tarea de conservar y transmitir el patrimonio natural y cultural, material e inmaterial, presente y futuro, así como con la tarea de comunicar a la sociedad los temas relacionados con éste.***

***En su calidad de organización no gubernamental y sin fines de lucro, el ICOM establece normas profesionales y éticas para las actividades museísticas, promoviendo la formación profesional, haciendo progresar los conocimientos,***

***tratando las cuestiones pertinentes y sensibilizando al público en el plano cultural y social por intermedio de redes mundiales y actividades de cooperación.***

#### **4.0 EXAMEN DEL CONTEXTO PARA EL PLAN ESTRATÉGICO 2005-2007**

En las siguientes previsiones para el periodo 2004-2007 se determinan los elementos susceptibles de influir en la capacidad del ICOM para ejecutar con eficacia su Plan Estratégico.

##### **Contexto externo**

1. El ritmo de creación y desarrollo de los museos se mantendrá para promover el turismo de índole cultural y el relacionado con el patrimonio, teniendo en cuenta que los países del mundo entero se percatarán de que los museos son necesarios para preservar sus bienes culturales muebles ante la continua demanda de los compradores privados e institucionales.
2. El tráfico ilícito de bienes del patrimonio natural y cultural aumentará, habida cuenta de la creciente demanda del mercado.
3. La especialización será una característica de una parte considerable de los nuevos museos, lo cual se traducirá en la creación de nuevas profesiones museísticas y en el surgimiento de necesidades de nuevos servicios.
4. Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) seguirán remodelando los museos: el marketing, las exposiciones, las colecciones, las actividades de conservación y el acceso a las colecciones (museos accesibles en línea y experiencias virtuales), las nuevas profesiones museísticas y los nuevos servicios.
5. La privatización y las exigencias de que las actividades de los museos sean sostenibles en el plano económico seguirán representando una amenaza para el rigor científico y seguirán poniendo a prueba las prácticas deontológicas.
6. La restitución de bienes culturales dejará de ser un fenómeno aislado, en la medida en que las campañas de la UNESCO y las actividades del ICOM sensibilizarán a la opinión pública internacional a la correlación existente entre el patrimonio cultural y la identidad cultural.
7. Las estrategias para la protección y promoción de la diversidad cultural se orientarán cada vez más a públicos jóvenes y minorías, estrechando los vínculos entre los museos, los centros docentes y las comunidades.
8. Los programas de capacitación para los museos en materia de gestión de riesgos serán objeto de una demanda cada vez mayor, en la medida en que la cobertura de los desastres naturales o provocados por el ser humano incrementará la sensibilización de los profesionales museísticos y del público a la necesidad de estar preparados para los desastres y saber cómo reaccionar ante ellos.

##### **Contexto interno**

9. La afiliación de miembros individuales al ICOM seguirá aumentando en los años venideros, habida cuenta de que las profesiones museísticas seguirán extendiéndose.

10. La afiliación de miembros institucionales al ICOM podrá verse afectada por el aumento de los costos de adhesión.
11. Se crearán nuevos Comités Internacionales debido a la evolución de la definición de lo que es el patrimonio, a la creación de nuevas instituciones y profesiones museísticas especializadas.
12. A la Secretaría se le pedirá que suministre más servicios y actividades de apoyo a medida que vaya aumentando el número de Comités Internacionales y de miembros afiliados, y también para poder reaccionar adecuadamente al contexto externo.
13. El ICOM necesitará crear sinergias con otros socios naturales en el ámbito del patrimonio natural y cultural para que la comunidad museística aporte respuestas adecuadas a las nuevas necesidades con la máxima eficacia y el menor costo posibles.

## **5.0 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL ICOM**

El ICOM se ha propuesto alcanzar tres objetivos principales en el periodo 2005-2007, a saber:

**Objetivo 1: El ICOM genera y difunde conocimientos.**

**Objetivo 2: El ICOM actúa con sentido de la anticipación.**

**Objetivo 3: El ICOM es integrador.**

Para cada uno de estos tres objetivos se ha determinado un conjunto de resultados que se espera conseguir en el periodo 2005-2007. Esos resultados serán objeto de un seguimiento y una evaluación que deben realizarse colectivamente (véase *infra*).

En la sección final dedicada a cada objetivo figura un cuadro en el que se detallan las actividades específicas que se han de emprender, se determinan quiénes son los órganos responsables de su iniciación y ejecución, y se fijan los años de comienzo y finalización de cada actividad.

El presente documento debe considerarse que tienen un carácter "evolutivo", es decir que puede ser objeto de aquellos cambios y ajustes que el Consejo Ejecutivo, el Comité Consultivo y la Secretaría estimen necesarios.

### **Objetivo Estratégico 1: El ICOM genera y difunde conocimientos<sup>1</sup>**

*Resultados esperados de aquí a 2007 (por orden de prioridad)*

- a. Elaboración y ejecución por parte del ICOM de programas que generen conocimientos y permitan el aprovechamiento compartido de éstos.
- b. Reconocimiento del ICOM como entidad de establecimiento de normas en materia de deontología y de prácticas especializadas de los museos.

---

<sup>1</sup> Definición: conocimientos pertinentes para los museos y su función en la sociedad, la comunidad museística y sus partes interesadas.

- c. Confirmación del compromiso contraído por el ICOM con la tarea de incrementar la sensibilización y los conocimientos acerca de las amenazas que se ciernen sobre el patrimonio natural y cultural, material e inmaterial.
- d. Generación periódica de conocimientos por parte de los Comités Internacionales.
- e. Reconocimiento del ICOM por parte del sector del patrimonio como fuente de conocimientos técnicos especializados en cuestiones patrimoniales relacionadas con los museos.
- f. Cumplimiento por parte de los Comités Nacionales y los Comités Internacionales de las exigencias del ICOM relativas a la prestación de servicios a sus miembros.
- g. Creación de mecanismos que garanticen la calidad de las publicaciones del ICOM.<sup>2</sup>
- h. Promoción ante los gobiernos nacionales de todas las convenciones y normas internacionales relativas al patrimonio sobre la base de instrumentos suministrados por el ICOM.
- i. Mención destacada del ICOM en las secciones dedicadas a asuntos museísticos de los motores de búsqueda de Internet.
- j. Mención de las publicaciones del ICOM en índices de referencia.

<b>Plan de Acción para el Objetivo Estratégico 1</b>
1. Definir la posición del ICOM con respecto al Centro de Documentación.
2. Revisar, expurgar y actualizar la base de datos bibliográfica del centro de Documentación para publicarla en el sitio Internet a efectos de que pueda consultarse en éste.
3. Determinar un lugar de instalación adecuado para el Centro de Documentación que permita el acceso al público y proporcione un contexto adecuado para sus recursos.
4. Constituir el Comité Piloto Permanente sobre Comités Internacionales y Organizaciones Afiliadas.
5. Determinar la índole del apoyo que necesitan los Comités Internacionales para elaborar y ejecutar sus programas, haciendo una referencia específica a su presencia en las publicaciones y el sitio Internet.
6. Crear un Comité Editorial y elaborar y aplicar una política en materia de publicaciones.
7. Revisar el sitio Internet del ICOM y actualizarlo cuando sea necesario, velando por que sus usuarios puedan utilizarlo con comodidad, a fin de que sea un instrumento eficaz universal al servicio de los distintos programas previstos para el aprovechamiento compartido de conocimientos.
8. Definir, determinar la prioridad y evaluar a nivel interno las actividades principales e iniciativas fundamentales del ICOM. <sup>3</sup>

<sup>2</sup> Se entiende por publicaciones tanto las impresas como las digitales y electrónicas.

**Plan de Acción para el Objetivo Estratégico 1**

9. Ultimas y publicar las Directrices para las Conferencias Generales. Especificar en la Carta de Acuerdo las expectativas del ICOM con respecto a la creación y aprovechamiento compartido de conocimientos en las Conferencias Generales.

10. Facilitar la difusión de las normas del ICOM por conducto de los Comités Nacionales en sus países respectivos, así como por intermedio de las Organizaciones Regionales y organismos internacionales (por ejemplo, la UNESCO).

11. Elaborar y aplicar una política que permita a quienes no sean miembros del ICOM participar en los programas de éste, habida cuenta de la posibilidad de que se sumen al ICOM en el futuro.

12. Examinar la viabilidad de albergar en el sitio Internet las bases de datos de los Comités Internacionales y velar por su mantenimiento.

---

<sup>3</sup> En el periodo 2005-2007 serán, entre otras, la creación de capacidades, la lucha contra el tráfico ilícito, la preservación del patrimonio inmaterial y la gestión de riesgos (Programa MEP, DREFM e ICBS).

## Objetivo Estratégico 2: El ICOM actúa con sentido de la anticipación

Resultados esperados de aquí a 2007 (por orden de prioridad):

- a. Solicitación por parte de las partes interesadas de la posición del ICOM sobre cuestiones estratégicas y de su participación en los foros correspondientes.
- b. Posición de vanguardia del ICOM en la sensibilización a la evolución de [las disciplinas de] los museos.
- c. Reconocimiento de la posición preeminente del ICOM por lo que respecta a atender las necesidades de los museos y el personal museístico que han de afrontar desastres naturales o provocados por el ser humano.
- d. Reconocimiento y mención del Código de Deontología del ICOM para los Museos por parte de organismos internacionales, gobiernos, órganos intergubernamentales y expertos en asuntos jurídicos.
- e. Incremento de las actividades del ICOM en respuesta a las necesidades de sus miembros. Posibilidades para elaborar programas "de abajo hacia arriba".

### **Plan de Acción para el Objetivo Estratégico 2**

1. Definir y buscar temas estratégicos para el ICOM<sup>4</sup>. Establecer las prioridades y la posición del ICOM. Comunicar estos elementos a las partes interesadas del ICOM por conducto de diversos medios de comunicación (Internet; Noticias del ICOM; publicaciones específicas relacionadas con los museos), así como a organizaciones asociadas (CIA, IFLA, ICOMOS, ICCROM, UNESCO, etc.) y oficinas de prensa.

2. Elaborar y aplicar una Estrategia y Plan de Comunicación, así como una Estrategia de Marketing.

3. Aplicar medidas eficaces para mantener informadas regularmente a las partes interesadas acerca de los temas y prioridades de índole estratégica del ICOM.

4. Recurrir a distintas plataformas para defender e ilustrar los temas de índole estratégica del ICOM.

<sup>4</sup> Esto puede comprender "la ultimación y difusión de los trabajos sobre una Carta del ICOM sobre Principios para los Museos y el Turismo Cultural", así como la "clarificación una política y determinar las actividades que se han de llevar a cabo para garantizar un enfoque holístico de todos los servicios y programas del ICOM".

## **Plan de Acción para el Objetivo Estratégico 2**

5. Llevar cabo las actividades de asesoramiento y peritaje adecuadas para conseguir que el ICOM no sólo reciba información de los organismos internacionales pertinentes (por ejemplo, la UNESCO, el UNIDROIT, el ICBS, la Organización Mundial de Aduanas y la OIPC-Interpol) y colabore constructivamente siempre que sea posible con ellos, sino que participe también activamente en la formulación y elaboración de políticas y prácticas internacionales encaminadas a la protección del patrimonio.

6. Facilitar las actividades de los Comités Nacionales y las Organizaciones Regionales encaminadas a hacer presión sobre sus gobiernos en cuestiones relacionadas con los museos.

7. Alentar a los Comités Internacionales a promover actividades de sensibilización a la evolución de [las disciplinas de] los museos.<sup>5</sup>

8. Coordinar e integrar mejor las actividades de los Comités Nacionales y los Comités Internacionales con las de la Secretaría del ICOM.

9. Facilitar la promoción de las convenciones internacionales pertinentes, proporcionando a los órganos y miembros del ICOM material adecuado y ejemplos de actividades realizadas en algunos países que son susceptibles de servir de modelo.

10. Elaborar una "imagen de marca" del ICOM basada en un mensaje claro y coherente y un emblema visual, utilizándola en la Declaración de Misión y en todas las comunicaciones y publicaciones de la Secretaría del ICOM, los Comités Nacionales, los Comités Internacionales y las Organizaciones Regionales.

11. Reestructurar la base de datos relativa a los miembros.

12. Investigar e identificar las causas de la disminución del número de miembros institucionales; buscar una nueva definición de las ventajas ofrecidas a los miembros institucionales; y proporcionar instrumentos de apoyo a los Comités Nacionales para que les den publicidad y las promuevan.

13. Fomentar la celebración de reuniones del ICOM en todo el mundo (Secretaría, Consejo Ejecutivo y Comités Nacionales), invitando a las asociaciones nacionales de museos y otros organismos o grupos de interés relacionados con éstos, a fin de lograr que se escuche más a las comunidades museísticas nacionales.

---

<sup>5</sup> Entre las propuestas específicas relacionadas con esta acción que pueden llevar a cabo los Comités Nacionales y los Comités Internacionales figuran:

- a) identificar las cuestiones que revisten importancia para la comunidad museística;
- b) debatirlas y establecer políticas;
- c) definir cuáles son las nuevas tendencias y necesidades profesionales;
- d) organizar actividades de sensibilización (talleres, seminarios, celebración del Día Internacional de los Museos, etc.);
- e) comparar la evolución que se ha producido en otros sectores del patrimonio (monumentos, archivos, patrimonio natural, etc.).

### **Objetivo Estratégico 3: El ICOM es [integrador]**

*Resultados esperados de aquí a 2007 (por orden de prioridad):*

- a. Consecución de un perfil de afiliación al ICOM que se caracterice por su universalidad y diversidad y refleje las múltiples clases de museos, profesionales museísticos y aspectos del patrimonio.
- b. Participación activa de los miembros del ICOM de países en desarrollo y países menos adelantados en reuniones y conferencias.
- c. Mundialización y carácter intercultural de los servicios, productos y actividades ICOM, que no obstante deben tener en cuenta los conocimientos, patrimonios e idiomas autóctonos.
- d. Reconocimiento por parte de las organizaciones internacionales –y en especial por parte de la UNESCO– del papel del ICOM como portavoz mundial de los museos.
- e. Facilitación por parte del ICOM de la creación de nuevos Comités Nacionales y nuevos Comités Internacionales.
- f. Logro de una interacción del ICOM con sus asociados para la ejecución de actividades.
- g. Reconocimiento del ICOM por parte de sus asociados interculturales.
- h. Reconocimiento y celebración del Día Internacional de los Museos en todo el mundo.

#### ***Plan de Acción para el Objetivo Estratégico 3***

1. Alentar a los Comités Nacionales a que elaboren y apliquen nuevos reglamentos y procedimientos que permitan una amplia participación de los miembros en:
  - a) las elecciones a los consejos de los Comités Nacionales;
  - b) los Comités Internacionales;
  - c) la creación de grupos de competencias locales y/o nacionales (grupos de estudio y/o conocimientos técnicos) para ayudar a los museos a desempeñar sus funciones;
  - d) la presentación de candidaturas para la obtención de subvenciones del ICOM;
  - e) las actividades del ICOM dentro y fuera de los países
2. Llevar a cabo una campaña dinámica de afiliaciones (Necesidad de una política a este respecto).
3. Garantizar el uso de las tres lenguas oficiales del ICOM en todas las actividades de la Organización, sus documentos impresos y la información distribuida en línea (Necesidad de directrices).
4. Facilitar la creación de nuevos Comités Nacionales y el desarrollo de los ya existentes.

### **Plan de Acción para el Objetivo Estratégico 3**

5. Clarificar el objetivo y las posibilidades que ofrece el Fondo del ICOM, velando, entre otras cosas, por un desarrollo duradero de los Comités Nacionales. Promover y dar a conocer públicamente las ventajas que representa para los Comités Nacionales el hecho de aportar contribuciones al Fondo del ICOM.
6. Incrementar la red de comunicaciones electrónicas del ICOM para lograr la integración.
7. Fomentar el liderazgo del ICOM en el dominio Internet Punto Museum (*.museum*), poniendo además de relieve la trascendencia del primer dominio Internet dedicado a la actividad cultural creado por la comunidad museística. Cultivar el potencial de esta actividad en pro del recíproco reforzamiento de los objetivos del ICOM, los de la UNESCO y de otras organizaciones no gubernamentales del sector del patrimonio, velando por la consecución de una vasta representación en el ámbito de contenidos digitales, cumpliendo la función de mediador, y facilitando la participación de aquellas comunidades que tienen dificultades para acceder a las tecnologías necesarias. Obtener apoyos para crear estos servicios .
8. Elaborar una política y explorar qué posibilidades existen para garantizar que las cuestiones financieras no representen un obstáculo para participar en el Consejo Ejecutivo y otros órganos fundamentales del ICOM.
9. Buscar incentivos que permitan la celebración de las reuniones en las distintas partes del mundo sin excepción.
- 10 Identificar y obtener el concurso de más fuentes de competencias que incorporen los conocimientos locales y regionales.
11. Aplicar el Plan de Acción en el ámbito de la política del ICOM sobre museos y diversidad cultural.
12. Estimular y facilitar actividades interregionales y proyectos conjuntos de interés profesional común.
13. Elaborar un calendario de reuniones importantes que interesen al ICOM y velar por que éste participe en todas ellas, haciéndose invitar, logrando que su presencia sea visible y presentado un mensaje claro. Velar por que los miembros del ICOM que participan en esas reuniones mantengan informada a la Secretaría.
14. Clarificar la política de "patrocinio estratégico" y velar por que suministre criterios nítidos para la utilización del nombre y el emblema del ICOM.