Máster Universitario en Arte, museos y gestión del patrimonio histórico

CURSO ACADÉMICO 2015-2016

Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre

Módulo:	IV. Museos y Exposiciones		
Materia/Asignatura:	Percepción social de los museos. Presencial y obligatoria		
Código:	2104610	Total de créditos ECTS:	2(total ECTS)
Segundas Lenguas de uso:		Nº de horas de docencia teórica	7,5(nº horas)
Inglés. Uso: Bibliografía.		Nº de horas de docencia práctica	7,5(nº horas)
		Nº de horas de tutoría en la asignatura	12(total nº horas)
		% ECTS impartición en Aula Virtual	0 (ECTS) %

Ficha de Materia/Asignatura

Breve descripción

Visión y misión del museo, abordando su definición desde su posición de objeto, sujeto y discurso. Relación del museo con la sociedad, reflexionando sobre su capacidad comunicativa y su relevancia en el mundo actual.

Objetivos y Competencias específicas

Los objetivos de carácter general de la Memoria del Programa que se pretende desarrollar con esta asignatura son:

- Mostrar la realidad actual de los museos y el mercado de arte, así como sus fundamentos teóricos, la práctica en la organización y gestión de exposiciones.

- Suscitar el interés por el uso positivo de las nuevas tecnologías en las tareas de investigación y gestión.

- Proporcionar a los licenciados y graduados los conocimientos necesarios para su desarrollo laboral en este ámbito de la cultura.

Se especifican de la siguiente manera:

La comunicación en los museos

- Analizar las posibilidades comunicativas de los museos.
- Estudiar la deriva de los museos desde meros contenedores patrimoniales a maquinarias multimedia con voluntad de espectacularidad y rentabilidad.

	% de créditos ECTS en segundas lenguas	o (ECTS) %

- Discutir la mecánica social de la comunicación

Impactos sociales de los museos

- Conocer el nuevo rol que el museo desempeña en la sociedad actual.
- Familiarizar a los estudiantes con las nuevas corrientes museológicas.
- Profundizar en la responsabilidad social de los museo.
- Analizar la importancia de los medios sociales para el museo actual.

Competencias:
Básicas: Las vinculadas al máster y expuestas en la Memoria Verifica del programa.
Específicas: Señalamos aquí las especialmente relacionadas con esta asignatura de las presentadas en la

Profesor/a responsable	e-mail	Horario tutoría:	Horario clases
Francisco Ollero Lobato	folllob@upo.es		
Soledad Gómez Vílchez (1 cr.)	soledad@mediamusea.com		
Iñaki Díaz Balerdi (1 cr.)	i.diazbalerdi@ehu.es		

Memoria Verifica del Máster.

Cognitivas

- Conocer las principales corrientes museológicas y museográficas, así como su evolución en el tiempo. Identificando los distintos tipos de museos, exposiciones y galerías artísticas.
- Conocer los fundamentos del mercado del arte a nivel nacional e internacional.
- Adquirir conocimientos sobre el papel de las TICs en el ámbito museístico.

Procedimentales

- Adquirir las destrezas necesarias para el estudio práctico de los bienes patrimoniales.
- Adquirir la capacidad de redactar y coordinar proyectos patrimoniales y de gestión.
- Saber gestionar y organizar la programación de una galería comercial.
- Saber gestionar y diseñar una exposición temporal.

Actitudinales

- Propender a crear lazos de comunicación científica entre alumnos provenientes de diferentes países que trabajan sobre temas particularizados de los mismos.
- Identificar y valorar el paisaje cultural y el patrimonio intangible.
- Comprender la necesidad y adquirir la capacidad de trabajar los proyectos patrimoniales de manera interdisciplinar, conociendo los instrumentos de coordinación de los proyectos patrimoniales.
- Comprender el uso positivo de las nuevas tecnologías en las tareas de investigación.

Contenidos

La comunicación en los museos

- El museo como mass media.
- Objeto, sujeto y relación en las mecánicas museísticas.
- Museos: discursos objetuales.
- Comunicación y significación.
- Agentes activos y pasivos en la comunicación patrimonial.
- Visitantes de museos: expertos y novatos.
- Interlocución y protagonismo social

Impactos sociales de los museos

- El museo como impulsor del cambio social: nuevos roles.
- Nuevas corrientes museológicas.
- El museo como experiencia social.
- Modelos de públicos y no públicos.
- El impacto digital.
- Los medios sociales y el museo.

Metodología de las clases

Clases magistrales, clases prácticas, lecturas obligatorias y ejercicios. Uso de medios audiovisuales.

Bibliografía obligatoria

Impactos sociales de los museos

Bibliografía Obligatoria

- ARRIETA URTIZBEREA, Iñaki (ed.): Participación ciudadana, patrimonio cultural y museos. Entre la teoría y la praxis. Universidad del País Vasco. Bilbao, 2008. http://archive.amol.org.au/omj/volume8/docs/egurian-paper.pdf
- CAMERON, Duncan – The Museum, a Temple or the Forum in Gail Anderson (ed.) Reinventing the Museum, Oxford: Altamira Press, 2004. ISBN-13: 978-0759101708
- GÓMEZ VÍLCHEZ, Soledad: Museos españoles y redes sociales. TELOS, revista de pensamiento sobre comunicación, tecnología y sociedad. Número 90 - Enero - Marzo 2012 http://telos.fundaciontelefonica.com/seccion=1268&idioma=es_ES&id=2012013116530001&activo=6.do

Bibliografía recomendada

La comunicación en los museos

Bibliografía Recomendada

- ANNIS, Sheldon: "El museo como espacio de la acción simbólica", Museum, nº 151, pp. 168-171, 1987.
- SCHOUTEN, Frans: "Profesionales y público: un acercamiento necesario", Museum, nº 200, p. 27-30. 1998

Bibliografía General

-

- BAZIN, Georges: El tiempo de los museos. Daimos. Barcelona, 1969.
- BODEI, Remo: "'Tumulto de criaturas congeladas'. O sobre la lógica de los museos", Revista de Occidente, nº 177, pp. 21-34, 1996.
- CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly, and ROCHBERG-HALTON, Eugene: The Meaning of Things. Cambridge University Press. London, 1981.
- MCLUHAN, M. & Q. FIORE: (1992) El medio es el masaje. Paidós Ibérica. Barcelona (1ª ed.: The medium is the massage: An inventory of Effects. New York. 1967).
- SAUNIER, Diane: (1989) "El reino de la imagen: parábola en torno a la comunicación". Museum, 162, pp. 101-102.
- VALÉRY, Paul: "Le problème des musées", Pièces sur l'art, pp. 115-123, Gallimard, Paris, 1934.

Impactos sociales de los museos

Bibliografía Recomendada

- AAVV. Conociendo a todos los públicos. ¿Qué imágenes se asocian a los museos? Ministerio de Educación, Cultura y Deporte https://sede.educacion.gob.es/publiventa/detalle.action?cod=14315C
- AAVV. Museos e inclusión social. Revista del Comité Español de ICOM nº 2. http://www.icom-ce.org/recursos/ICOM_CE_Digital/02/ICOMCEDigital02.pdf
- AAVV. Plan Museos + Sociales. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte http://www.mecd.gob.es/dms/microsites/cultura/museos/museosmassociales/presentacion/plan-museos-soc.pdf
- CASEY, Dawn -Museums as agents for social and political change, in SANDELL, Richard – Museums, Prejudice and the Reframing of Difference, págs. 292-299, Londres y Nueva York: Routledge, 2007. ISBN: 9780415367486.
- CELAYA, Javier. Más allá del marketing de museos en redes sociales. TELOS, revista de pensamiento sobre comunicación, tecnología y sociedad. Número 90 - Enero - Marzo 2012 http://telos.fundaciontelefonica.com/seccion=1268&idioma=es_ES&id=2012020111360001&activo=6.do
- GURIAN, Elaine Heumann - Museum as Soup Kitchen, Curator: The Museum Journal, Vol. 53:1, Págs. 71 – 85, The California Academy of Sciences, Publicado Online: 28 Jan 2010, http://curatorjournal.org/archives/260
- GURIAN, Elaine Heumann – Along the continuum, museums and possibilities, Open Museums Journal: Australia, ISSN: 1443-5144 © hosted by AMOL (Australian Museums and Galleries On-line) Volume 8.
- JARAMILLO, Carolina - Los museos como herramientas de transformación social del territorio http://www.uv.es/museos/MATERIAL/Jaramillo.pdf

Bibliografía General

- ANDERSON, Gail (ed.) Reinventing the Museum, Oxford: Altamira Press, 2004. ISBN:13: 978-0759101708.
- GOLDING, Viv - Learning at the Museum Frontiers, Identity, Race and Power, Farnham y Burlington: Ashgate, 2009. ISBN: 9780754646914.
- JANES, Robert R. - Museums in a Troubled World, Renewal, Irrelevance or Collapse? Londres y Nueva York: Routledge, 2009, ISBN-9780415463003.
- SANDELL, Richard – Museums, Prejudice and the Reframing of Difference, Londres y Nueva York: Routledge, 2007, ISBN: 9780415367486. MuseumsEtc (Ed.) - The New Museum Community: Audiences, Challenges, Benefits, Londres: Museums Etc, 2010, ISBN: 9780956194374.

- WATSON, Sheila (ed.) - Museums and Their Communities, Leicester Readers in Museum Studies, Oxon: Routledge, 2007. ISBN-13: 978-0415402606

Sistema de evaluación

Asignatura Presencial.

- Asistencia y participación del alumno en las actividades de clase 20%
- Control escrito con preguntas sobre los contenidos de la asignatura 80%