



Ficha de Materia/Asignatura

Módulo:	IV. Museos y exposiciones		
Asignatura:	Percepción social de los museos		
Código:	2104610	Carácter (obligatoria / optativa):	obligatoria
Lenguas en las que se imparte		Total de créditos ECTS:	2
Castellano e inglés en bibliografía		% docencia en [indicar lengua L2]:	%
		% docencia en [indicar lengua L3]:	%
		Ubicación temporal	2º semestre

Profesor/a responsable	e-mail	Despacho
María de los Ángeles Fernández Valle	maferval@upo.es	Ed. 2, 2ª planta, 13
Equipo docente		
Óscar Navajas Corral (1 cr.)	oscar.navajas@uah.es	
Soledad Gómez Válchez (1 cr.)	soledad@mediamusea.com	

Actividades formativas	Horas	% presencial	% teoría	% práctica
AF1. Enseñanzas teóricas	7.5	100	100	
AF2. Enseñanzas prácticas y de desarrollo, actividades académicas dirigidas	7.5	100		100
AF3. Tutorías	5	15		

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.

Resultados del proceso de formación y de aprendizaje

Conocimientos o contenidos

- C1. Conoce las principales corrientes museológicas y museográficas, así como su evolución en el tiempo, identificando los distintos tipos de museos, exposiciones y galerías artísticas.
- C2. Entiende los fundamentos del mercado del arte a nivel nacional e internacional.
- C3. Distingue y analiza los principales instrumentos para la protección y tutela del patrimonio; inventarios, catálogos, elaboración de expedientes e identificación de criterios de intervención.



C4. Entiende y analiza el arte y la arquitectura, con su capacidad simbólica y significativa, y los diversos valores que integran tales manifestaciones.

C7. Conoce la problemática estructural, urbanística y patrimonial de los paisajes históricos urbanos, y los nuevos retos relativos a su gobernanza, sostenibilidad y participación ciudadana.

C8. Adquiere los fundamentos teóricos relativos a la difusión, dinamización y didáctica del patrimonio.

Competencias

COM1. Conocer los procesos histórico-artísticos que han dotado de significación estética y patrimonial a nuestras ciudades (centros históricos) e instituciones (museos).

COM4. Conocer las políticas y acciones relacionadas con los bienes locales, los conjuntos patrimoniales y los centros históricos, así como la perspectiva actual de implementación de los valores democráticos y objetivos de sostenibilidad auspiciados por las Naciones Unidas.

COM5. Adquirir los fundamentos teóricos relativos a la difusión, dinamización y didáctica del patrimonio.

COM8. Comprender y manejar las nuevas tecnologías en las tareas de investigación y gestión.

COM10. Conocer el estado físico y el manejo de los bienes culturales, singularizando los aspectos técnicos, informativos y económicos necesarios para su conservación y exhibición.

Habilidades o destrezas

HD1. Posee un estilo literario claro y preciso para comunicar nociones, análisis y evaluaciones sobre el patrimonio histórico y su gestión.

HD2. Elabora y evalúa planes e informes de gestión sobre bienes culturales de diferentes escalas.

HD4. Comunica oralmente de manera clara y precisa los resultados de un proyecto o trabajo científico sobre el campo de estudio y gestión de los bienes culturales, con manejo de un léxico adecuado y de conceptos procedentes de diversas disciplinas.

HD6. Sabe realizar una ficha de inventario y catalogación de bienes inmuebles conforme a los apartados establecidos en corpus de referencia.

HD7. Es capaz de trabajar en los proyectos patrimoniales de manera interdisciplinar y colaborativa.

Contenidos

La comunicación en los museos

- El museo como mass media.
- Objeto, sujeto y relación en las mecánicas museísticas.

- Museos: discursos objetuales (Cultura y Patrimonio).
- Comunicación y significación (herramientas para comunicar el Patrimonio).
- Agentes activos y pasivos en la comunidad patrimonial (clase creativa).
- 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

Los contenidos mínimos de cada materia están recogidos en una documentación específica, habitualmente bibliográfica, a la que los/as estudiantes tienen acceso a través del Aula Virtual o por su presencia entre los fondos de la Biblioteca de la Universidad.

Las clases presenciales ofrecen una explicación magistral por parte del/la profesor/a. Además, se realizan ejercicios y actividades, y se fomenta el estudio individual o colectivo de casos planteados por el/la profesor/a.

En el periodo presencial se promueven visitas de carácter obligatorio en horas de clase que permitan la explicación y ampliación de contenidos.

MD1. Las clases se organizarán en torno a seminarios de discusión de textos y documentos a los que los alumnos han tenido acceso desde el principio de curso a través de la plataforma online aula virtual. Cada una de estas sesiones estará presidida por un tema principal que será introducido por el profesor especialista con una clase magistral a modo de conferencia.

MD2. Actividades académicas dirigidas. Estas actividades se basan, principalmente, en lecturas previas para la preparación de las clases teóricas tutorizadas por el profesorado, intentando facilitar la adquisición de aquellos conocimientos que serán trabajados durante las sesiones de clase. Los/as alumnos/as deberán preparar las siguientes actividades en el tiempo disponible para la realización del trabajo autónomo: lecturas obligatorias y recomendadas, trabajo bibliográfico y de archivo, preparación de las tutorías y de las exposiciones personales durante los seminarios, relación telemática con el profesorado, etc.

MD5. Otras actividades: (a) Uso de recursos audiovisuales para la transmisión de conceptos, técnicas, conocimientos y habilidades. (b) Recomendación de lecturas para reforzar la comprensión de las clases teóricas. (c) Planteamiento de casos prácticos para su resolución y debate en clase. (d) Programación de conferencias y seminarios específicos, pudiéndose exigir a los estudiantes la presentación de resúmenes, comentarios y otros métodos de evaluación. (e) Orientación sobre el proceso de aprendizaje, tanto de manera presencial como a través del aula virtual.



Sistema de evaluación

En las materias presenciales, los instrumentos de evaluación son la revisión de las actividades planteadas y la verificación del trabajo de cada estudio de caso.

SE3. Evaluación de materias presenciales. Presentación de trabajos y pruebas.

SE4. Evaluación de materias presenciales. Participación y seguimiento de actividades.

Bibliografía obligatoria

Impactos sociales de los museos

ÁLVAREZ RODRÍGUEZ, D. "Los museos en España como motores de cambio social: retos y oportunidades", *Revista de Museología*, n.º 86, 2023, págs. 51-56.

CAMERON, D. "The Museum, a Temple or the Forum", en ANDERSON, G. (ed.), *Reinventing the Museum*, Oxford, Altamira Press, 2004.

La comunicación en los museos

SANTAMARÍA, B., DEL MÁRMOL, C. y BELTRÁN, O. "Presentación del monográfico. Territorios, memorias e identidades. Lógicas y estrategias en la producción patrimonial", *Arxius*, n.º 30, 2024, pp. 11-16.

Bibliografía recomendada

Impactos sociales de los museos

BERMEJO, T. Y CORTÉS, G. (2019). Dossier. "Museos híbridos, feministas, descolonizados", en *Caíana* n°14, pp. 56-62.

CASEY, D., "Museums as agents for social and political change", en SANDELL, R., *Museums, Prejudice and the Reframing of Difference*, Londres y Nueva York: Routledge, 2007, págs. 292-299.

CELAYA, J., "Más allá del marketing de museos en redes sociales", *TELOS, revista de pensamiento sobre comunicación, tecnología y sociedad*, n.º 90, 2012. Disponible en: http://telos.fundaciontelefonica.com/seccion=1268&idioma=es_ES&id=2012020111360001&activo=6.do

GURIAN, E. H., "Along the continuum, museums and possibilities", *Open Museums Journal*, Australia, vol. 8.

GURIAN, E. H., "Museum as Soup Kitchen", *Curator: The Museum Journal*, vol. 53:1, 2010, págs. 71-85.



JARAMILLO, C., "Los museos como herramientas de transformación social del territorio". Disponible en: <https://www.uv.es/museos/MATERIAL/Jaramillo.pdf>.

VV. AA., *Conociendo a todos los públicos. ¿Qué imágenes se asocian a los museos?*, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Disponible en: <https://sede.educacion.gob.es/publiventa/detalle.action?cod=14315C>.

VV. AA., *Museos e inclusión social. Revista del Comité Español de ICOM*, n.º 2. Disponible en: http://www.icom-ce.org/recursos/ICOM_CE_Digital/02/ICOMCEDigital02.pdf.

VV. AA., *Plan Museos + Sociales*, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Disponible en: <http://www.mecd.gob.es/dms/microsites/cultura/museos/museosmassociales/presentacion/plan-museos-soc.pdf>.

La comunicación en los museos

ANNIS, S., "El museo como espacio de la acción simbólica", *Museum*, n.º 151, 1987, págs. 168-171.

SCHOUTEN, F., "Profesionales y público: un acercamiento necesario", *Museum*, n.º 200, 1998, págs. 27-30.

Bibliografía general

Impactos sociales de los museos

ANDERSON, G. (ed.), *Reinventing the Museum*, Oxford, Altamira Press, 2004.

GOLDING, V. *Learning at the Museum Frontiers, Identity, Race and Power*, Farnham y Burlington, Ashgate, 2009.

JANES, R. R., *Museums in a Troubled World, Renewal, Irrelevance or Collapse?* Londres y Nueva York, Routledge, 2009.

MuseumsEtc (ed.), *The New Museum Community: Audiences, Challenges, Benefits*, Londres, MuseumsEtc, 2010.

SANDELL, R., *Museums, Prejudice and the Reframing of Difference*, Londres y Nueva York, Routledge, 2007.

WATSON, S. (ed.), *Museums and Their Communities, Leicester Readers in Museum Studies*, Oxon, Routledge, 2007.

La comunicación en los museos

BAZIN, G., *El tiempo de los museos*, Barcelona, Daimos, 1969.



BODEI, R., "Tumulto de criaturas congeladas'. O sobre la lógica de los museos", *Revista de Occidente*, n.º 177, 1996, págs. 21-34.

CSIKSZENTMIHALYI, M. y ROCHBERG-HALTON, E., *The Meaning of Things*, London, Cambridge University Press, 1981.

MCLUHAN, M. y FIORE, Q., *El medio es el masaje*. Barcelona, Paidós Ibérica, 1992. (1ª ed.: *The medium is the message: An inventory of Effects*, New York, 1967).

SAUNIER, D., "El reino de la imagen: parábola en torno a la comunicación". *Museum*, n.º 162, 1989, págs. 101-102.

VALDÉS SAGÜÉS, M. C. (1999). *La difusión cultural en el museo: servicios destinados al gran público*. Gijón: Trea.

VALÉRY, P., "Le problème des musées", *Pièces sur l'art*, Gallimard, Paris, 1934, págs. 115-123.

Observaciones