

Creació i Gestió de Projectes Digitals en Matèria Cultural

Codi: 44255

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
4317127 Humanitats i Patrimoni Digitals	OB	0	2

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Professor/a de contacte

Nom: César Carreras

Correu electrònic: Cesar.Carreras@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Equip docent

Paloma González Marcén

Clara Masriera Esquerra

Prerequisits

Coneixements propis del Màster en Humanitats i Patrimoni Digitals. En general, es demanen coneixements a nivell de grau en disciplines de Ciències Humanes i/o Socials. La formació també pot ser útil a professionals graduats / des en informàtica que es vulguin especialitzar en l'ús de tecnologies digitals en l'àmbit de les Humanitats i estudis culturals. Es demana familiaritat amb els ordinadors i de paquets ofimàtics més usats. Tot i que no és obligatori, es recomana una formació prèvia, a nivell bàsic, en l'ús de bases de dades informatitzades, cartografia assistida per ordinador, fotografia digital i estadística.

La bibliografia fonamental i de referència està en anglès, així com el programari a utilitzar. Es recomana per tant, coneixement de l'anglès a nivell de lectura especialitzada.

Objectius

Aquest mòdul pretén introduir a l'alumnat en la planificació integral de projectes d'innovació cultural i d'humanitats en un entorn plenament digital. Es proporcionen els materials i els mètodes que permetin planificar el projecte usant eines digitals, determinant el públic potencial, l'accessibilitat a les dades culturals, humanístics, patrimonials per a tota la població, el seu àmbit territorial i institucional i els agents socials implicats. Especial èmfasi es presta en la part pressupostària, possibilitats de finançament públic i/o privada, en les estratègies de comunicació i marc jurídic, en gestió de recursos humans i polítiques de màrqueting.

Competències

- Actuar d'una manera creativa i original amb solidaritat i esperit de col·laboració científica.
- Analitzar críticament una problemàtica científica determinada basant-se en documentació específica.
- Avaluar les possibilitats de la tecnologia en la laboració de noves formes de creació i cocreació cultural, social i humanística.

- Dissenyar i plantejar projectes d'impacte i innovació cultural que utilitzin les possibilitats de les tecnologies de la informació i la computació.
- Gestionar projectes culturals que utilitzin tecnologies de la informació i de la computació en qualsevol dels seus àmbits.
- Que els estudiants siguin capaços d'integrar coneixements i enfrontar-se a la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, tot i ser incompleta o limitada, inclogui reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis.
- Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seva capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seva àrea d'estudi.
- Que els estudiants sàpiguen comunicar les seves conclusions, així com els coneixements i les raons últimes que les fonamenten, a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats.
- Que els estudiants tinguin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant, en gran manera, amb treball autònom a autodirigit.
- Reconèixer els principals reptes de l'àmbit d'estudi de les humanitats i el patrimoni digitals.
- Reconèixer i valorar les conseqüències socials del treball desenvolupat, tenint en compte la diversitat pròpia de les comunitats humanes en qüestions de gènere, identitat i multiculturalitat.
- Tenir coneixements que aportin la base o l'oportunitat de ser originals en el desenvolupament o l'aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.
- Treballar en equips interdisciplinaris.
- Valorar la qualitat, l'autoexigència, el rigor i la responsabilitat en el treball científic i divulgatiu.

Resultats d'aprenentatge

1. Adaptar les tecnologies de la informació que s'apliquen en estudis humanístics i culturals a diferents públics i contextos.
2. Analitzar i valorar les necessitats de finançament que requereixen diferents tipus de projectes culturals digitals.
3. Analitzar l'estat actual del desenvolupament professional i laboral en l'àmbit de la gestió cultural.
4. Aplicar criteris de rigor científic en l'elaboració de treballs acadèmics i professionals.
5. Aplicar els aspectes ètics en l'anàlisi de les necessitats culturals de diversos tipus de públic.
6. Avaluar l'impacte objectiu dels projectes digitals en diferents circumstàncies i entorns institucionals.
7. Destacar els aspectes ètics de la comunicació i l'aprenentatge, així com el respecte a la diversitat d'opinions, de maneres de ser i de fer.
8. Fer ús d'eines de gestió digital.
9. Incloure en les propostes i reflexions dels treballs realitzats aspectes vinculats a les perspectives de gènere, accessibilitat universal, multiculturalitat i intergeneracionalitat.
10. Innovar incorporant la creativitat i l'originalitat en els estudis humanístics i culturals, amb un clar compromís de qualitat.
11. Integrar-se en equips de treball multidisciplinaris en els quals les reflexions i els procediments didàctics tinguin protagonisme.
12. Interpretar la legislació patrimonial i el seu efecte en el disseny de projectes culturals.
13. Justificar els resultats obtinguts per eines informàtiques de cocreació a través d'estudis de cas.
14. Observar i explicar l'anàlisi de dades informatitzada en el camp de la gestió cultural.
15. Observar i explicar l'aplicació de la digitalització i la visió per ordinador en el camp de la gestió cultural.
16. Observar i explicar l'aplicació de la interacció persona-ordinador en el camp de la gestió cultural.
17. Proposar idees innovadores i competitives basades en els coneixements adquirits en camps, a priori, no relacionats de manera directa.
18. Que els estudiants siguin capaços d'integrar coneixements i enfrontar-se a la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, tot i ser incompleta o limitada, inclogui reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis.
19. Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seva capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seva àrea d'estudi.

20. Que els estudiants sàpiguin comunicar les seves conclusions, així com els coneixements i les raons últimes que les fonamenten, a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats.
21. Que els estudiants tinguin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant, en gran manera, amb treball autònom a autodirigit.
22. Sintetitzar els coneixements avançats que hi ha en l'àrea.
23. Tenir coneixements que aportin la base o l'oportunitat de ser originals en el desenvolupament o l'aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.
24. Valorar les possibilitats que ofereixen les estratègies de cocreació i les plataformes d'innovació per a la creació i gestió de projectes culturals digitals.
25. Valorar les possibilitats reals d'incidir en la ciutadania mitjançant l'acció cultural.

Continguts

- 1) Tipologia de projectes culturals,
- 2) Gestió de projectes i models de negoci en l'era digital.
- 3) Prototip de productes culturals i humanístics.
- 4) Els límits del mercat: legislació sobre patrimoni i cultura.
- 5) Aspectes econòmics d'un projecte digital. Finançament públic i privat. Crowdfunding.
- 6) Co-Creació i Innovació Cultural.
- 7) Màrqueting online.
- 8) Avaluació d'un projecte digital. Estudis de públic.
- 9) Avaluació d'un projecte digital. Usabilitat, utilitat i accessibilitat

Metodologia

Activitats dirigides: classes teòriques amb explicació dels fonaments teòrics i metodològics per a la creació d'un projecte cultural. Seminaris de discussió crítica de textos especialitzats

Activitats supervisades: Presentació d'estudis de cas semblants als que els alumnes haurien de crear. Tutories individualitzades per tal de fer el seguiment de les activitats i treballs encomanats. i per aplicar els coneixements i competències adquirits en el treball final del mòdul.

Activitats autònomes: el laboració del prototip d'un projecte cultural que utilitzi tecnologia informàtica en algun moment del seu disseny, implementació o avaluació

Les activitats dirigides podran ser presencials o bé online.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Explicació de les bases teòriques	36	1,44	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25
Tipus: Supervisades			
Estudios de caso	25	1	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19,

Tipus: Autònomes

El.laboració del prototip d'un projecte cultural	81	3,24	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25
--	----	------	---

Avaluació

Avaluació del projecte cultural presentat -oral i/o escrit- (30%). Pot ser un estudi prospectiu que avaluï la necessitat d' aplicar qualsevol tecnologia digital en l'àmbit de les humanitats o estudis de patrimoni cultural, un estudi bibliogràfic crític sobre la metodologia informàtica i les seves implicacions teòriques, on una aplicació pràctica de una de les tècniques explicades amb dades pròpies dels alumnes. EWs recomana que estigui relacionat amb les activitats realitzades a les pràctiques externes.

Informes i treballs escrits (individuals o en grup). Comentaris de text i bibliogràfics (25% de la nota final)

Resums escrits de les sessions pràctiques, seminaris i conferències parale.les sobre casos d' estudi, insistint en els aspectes positius i negatius de les tècniques i mètodes explicats (25 % de la nota final)

Participació a classe (presencial o telemàtica), assistència a tutories (presencials o telemàtiques). 10% de la nota final.

Participació a conferències programades per la coordinació del màster i altres activitats complementàries (10%).

En el moment de realització/lliurament de cada activitat avaluable, el professorat informarà (Moodle, SIA) del procediment i data de revisió de les qualificacions.

L'estudiant rebrà la qualificació de No avaluable sempre que no hagi presentat el projecte cultural demanat.

En cas que l'estudiant realitzi qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que s'hi pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final d'aquesta assignatura serà 0.

En cas que les proves no es puguin fer presencialment s'adaptarà el seu format (mantenint-ne la ponderació) a les possibilitats que ofereixen les eines virtuals de la UAB. Els deures, activitats i participació a classe es realitzaran a través de fòrums, wikis i/o discussions d'exercicis a través de Moodle, Teams, etc. El professorat vetllarà perquè l'estudiant hi pugui accedir o li oferirà mitjans alternatius, que estigui al seu abast.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Assistència a conferències i activitats complementàries	10%	8	0,32	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25
Assistència i Participació activa en classe	10%	0	0	2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 17, 22, 24, 25
Comentari escrit basat en estudi de cas	25%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25
Presentation of the project	30%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25
Treballs pràctics	25%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17,

Bibliografía

- AMD (2017) *Guidelines for the use of copyrighted material and works of art by Art Museums*. Oakland.
- Asenjo, E.; Asensio, M. (2011) *Lazos de luz azul. Museos y tecnología 1, 2 y 3.0*. Barcelona.
- Capone, F.; Sartori, A.; Lazzeretti, L. (2016). "Small firms and the digitization of cultural heritage. The case of Centrica and the Uffizi Gallery". En: *Management in a Digital World. Decisions, Production, Communication*. University of Udine, pp. 535-547
- Carreras, C. (2009) *Evaluación TIC en el patrimonio cultural: metodologías y estudios de caso*. Barcelona.
- Carreras, C.; Munilla, G. (2005) *Patrimonio digital: un nuevo medio al servicio de las Instituciones culturales (Grupo Òliba 1999-2004)*. Barcelona
- Casas, R. (2008) "La propiedad intelectual en los museos". *Revista de la Subdirección General de Museos estatales* nº 4, pp.76-96.
- Casprini, E.; Pucci, T.; Zanni, L. (2014). "Business model shifts: a case study on firms that apply high technology to cultural goods". *Technology analysis & strategic management*, 26(2), 171-187.
- Damala, A.; Ruthven, I.; Hornecker, E. (2019) *The Musetech companion: Navigating the matrix*.
- Elster, R. (2013) La gestión de la propiedad intelectual de los museos.
- Falk, J.H. (2006) "Understanding Museum visitors'. Motivations and learning". Pp.110-125.
- Fernández, A. (2016) "Originalidad es la clave. Propiedad Intelectual, Dominio Público y el acceso a las colecciones culturales". *Cuadernos de Arte de la Universidad de Granada*, 47: 131-146.
- Luebkehan, Ch. (2013) *Museums in the digital age*. London.
- Mancini, F.; Carreras, C. (2010) "Techno-society at the service of memory institutions. Web 2.0 in museums". *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies* 2 (1), 59-76
- Marchegiani, L. (2018). "From mecenatism to crowdfunding: engagement and identification in cultural-creative projects". *Journal of Heritage Tourism*, 13(2), pp. 143-151.
- Mateos, S. (2013) "Museos y Content Marketing. Hacia un nuevo modelo de generación de contenidos culturales". *ZER* vol.18 nº 34, pp.13-28.
- Moschini, S. (2012) *Claves del márketing digital*. Barcelona.
- Moussouri, T. (2014) "Mobile sensing, BYOD and Big Data Analytics: New technologies for audience research in Museums". *Journal of Audience & Reception Studies*, vol.11, issue 1, pp.270-285.
- Orduña-Malea, E. (2014) "Caracterización y rendimiento del sistema museístico de la Comunidad Valenciana a través de un análisis cibermétrico". En: Vicent Giménez Chornet (coord.). *Gestión cultural: innovación y tendencias*. Valencia: Tirant lo Blanch, pp. 13-43.
- Pagel, J. (2015) "El museo y los derechos de autor en Europa: una encuesta y unas recomendaciones". *PH* 88, octubre 2015, pp.36-40.
- Pitti, D. V. (2004). "Designing sustainable projects and publications". En: Susan Schreibman, Ray Siemens, John Unsworth (eds.). *A Companion to Digital Humanities*. Oxford: Blackwell, pp. 471-87.

Reyes-Menendez, A.; Saura, J. R.; Palos-Sánchez, P. (2018). "Crowdfunding y financiación 2.0. Un estudio exploratorio sobre el turismo cultural". *International Journal of Information Systems and Tourism (IJIST)*, 3(1), pp. 23-34.

Richani, E.; Papaioannau, G.; Banou, Ch. (2016) "Emerging opportunities: the internet, marketing and museums". *MATEC Web of Conferences* 76.

Rosselló, D. (2004) *Diseño y evaluación de proyectos culturales*. Barcelona, Ed.Ariel

Taylor, J., & Gibson, L. K. (2017). "Digitisation, digital interaction and social media: embedded barriers to democratic heritage". *International Journal of Heritage Studies*, 23(5), 408-420.

Terras, M. (2016). "Crowdsourcing in the Digital Humanities." En Schreibman, S.; Siemens, R.; Unsworth, J. (eds), *A New Companion to Digital Humanities*. Londres: Wiley-Blackwell, pp.420-439.

Trigos, E. (2014) "La comercialización y el consumo del sector cultural a través de la tecnología digital". *Anuario AC/E de Cultura Digital*.

Yates, D. (2018). "Crowdsourcing antiquities crime fighting: a review of GlobalXplorer". *Advances in Archaeological Practice*, 6(2), pp. 173-178.

Zapater, D. (2019) "Del Java a Google. Exposicions online i museus, una parella de fet". *Mnemòsine* 9