

**Creación y Gestión de Proyectos Digitales en
Materia Cultural**

Código: 44255
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
4317127 Humanidades y Patrimonio Digitales	OB	0	2

Contacto

Nombre: Paloma González Marcén

Correo electrónico: paloma.gonzalez@uab.cat

Equipo docente

Paloma González Marcén

Clara Masriera

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

Prerequisitos

Conocimientos propios del Máster en Humanidades y Patrimonio Digitales. En general, se piden conocimientos a nivel de grado en disciplinas de Ciencias Humanas y / o Sociales. La formación también puede ser útil a profesionales graduados / as en informática que quieran especializarse en el uso de tecnologías digitales en el ámbito de las Humanidades y estudios culturales. Se pide familiaridad con los ordenadores y de paquetes ofimáticos más usuales. Aunque no es obligatorio, se recomienda una formación previa, a nivel básico, en el uso de bases de datos informatizadas, cartografía asistida por ordenador, fotografía digital y estadística.

La bibliografía fundamental y de referencia está en inglés, así como el software a utilizar. Se recomienda por tanto, conocimiento del inglés a nivel de lectura especializada.

Objetivos y contextualización

Este módulo pretende introducir al alumnado en la planificación integral de proyectos de innovación cultural y de humanidades en un entorno plenamente digital. Se proporcionan los materiales y los métodos que permitan planificar el proyecto usando herramientas digitales, determinando el público potencial, la accesibilidad a los datos culturales, humanísticos, patrimoniales para toda la población, su ámbito territorial e institucional y los agentes sociales implicados. Especial énfasis se presta en la parte presupuestaria, posibilidades de financiación pública y/o privada, en las estrategias de comunicación y marco jurídico, en gestión de recursos humanos y políticas de marketing.

Competencias

- Actuar de una manera creativa y original con solidaridad y espíritu de colaboración científica.
- Analizar críticamente una problemática científica determinada en base a documentación específica.
- Diseñar y plantear proyectos de impacto e innovación cultural que utilicen las posibilidades de las tecnologías de la información y computación.

- Evaluar las posibilidades de la tecnología en la elaboración nuevas formas de creación y co-creación cultural y humanística.
- Gestionar proyectos culturales que utilicen tecnologías de la información y de la computación en cualquiera de sus ámbitos.
- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- Reconocer los principales retos del ámbito de estudio de las Humanidades y el Patrimonio Digitales.
- Reconocer y valorar las consecuencias sociales de su trabajo, teniendo en cuenta la diversidad propia de las comunidades humanas en cuestiones de género, identidad y multiculturalidad.
- Trabajar en equipos interdisciplinares.
- Valorar la calidad, la autoexigencia, el rigor, la responsabilidad en el trabajo científico y divulgativo.

Resultados de aprendizaje

1. Adaptar las tecnologías de la información que se aplican en estudios humanísticos y culturales a diferentes públicos y contextos.
2. Analizar el estado actual del desarrollo profesional y laboral en el ámbito de la gestión cultural.
3. Analizar y valorar las necesidades de financiación que requieren distinto tipo de proyectos culturales digitales.
4. Aplicar criterios de rigor científico en la elaboración de trabajos académicos y profesionales.
5. Aplicar los aspectos éticos en el análisis de las necesidades culturales de diverso tipo de público.
6. Destacar los aspectos éticos de la comunicación y el aprendizaje, así como el respeto a la diversidad de opiniones, de maneras de ser y de hacer.
7. Evaluar el impacto objetivo de los proyectos digitales en distintas circunstancias y entornos institucionales.
8. Hacer uso de herramientas de gestión digital.
9. Incluir en las propuestas y reflexiones de los trabajos realizados aspectos vinculados a las perspectivas de: género, accesibilidad universal, multiculturalidad e intergeneracionalidad.
10. Innovar incorporando la creatividad y la originalidad en los estudios humanísticos y culturales, con un claro compromiso de calidad.
11. Integrarse en equipos de trabajo multidisciplinares en los que las reflexiones y los procedimientos didácticos tengan protagonismo.
12. Interpretar la legislación patrimonial y su efecto en el diseño de proyectos culturales.
13. Justificar los resultados obtenidos por herramientas informáticas de co-creación a través de estudios de caso.
14. Observar y explicar el análisis de datos informatizado en el campo de la gestión cultural.
15. Observar y explicar la aplicación de la digitalización y la visión por computadora en el campo de la gestión cultural.
16. Observar y explicar la aplicación de la interacción persona-ordenador en el campo de la gestión cultural.
17. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
18. Proponer ideas innovadoras y competitivas basadas en los conocimientos adquiridos en campos, a priori, no relacionados de forma directa.
19. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

20. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
21. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
22. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
23. Sintetizar los conocimientos avanzados que existen en el área.
24. Valorar las posibilidades que ofrecen las estrategias de co-creación y las plataformas de innovación para la creación y gestión de proyectos culturales digitales.
25. Valorar las posibilidades reales de incidir en la ciudadanía mediante la acción cultural.

Contenido

- 1) Tipología de proyectos culturales digitales
- 2) Modelos de éxito de proyectos culturales digitales
- 3) Prototipando los productos culturales y humanísticos: design thinking
- 4) Los límites de los productos culturales digitales: legislación sobre patrimonio y cultura.
- 5) Aspectos económicos de un proyecto digital. Financiación pública y privada. Modelos de negocio. Crowdfunding..
- 7) Marketing online.
- 8) Evaluaciones de proyectos cultural digitales.

Metodología

Actividades dirigidas: clases teóricas con explicación de los fundamentos teóricos y metodológicos para la creación de un proyecto cultural. Seminarios de discusión crítica de proyectos.

Actividades supervisadas: Presentación de estudios de caso similares a los que los alumnos deberían crear. Tutorías individualizadas para hacer el seguimiento de las actividades y trabajos encomendados. y para aplicar los conocimientos y competencias adquiridos en el trabajo final del módulo.

Actividades autónomas: elaboración del prototipo de un proyecto cultural que utilice tecnología informático en algún momento de su diseño, implementación o evaluación

Las actividades dirigidas podrán ser presenciales o bien online.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Explicación de las bases teóricas	36	1,44	1, 3, 2, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 20, 21, 22, 19, 23, 17, 24, 25
Tipo: Supervisadas			

Estudios de caso	25	1	1, 3, 2, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 20, 21, 22, 19, 23, 17, 24, 25
Tipo: Autónomas			
Creación del prototipo de un proyecto cultural	81	3,24	1, 3, 2, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 20, 21, 22, 19, 23, 17, 24, 25

Evaluación

Evaluación del proyecto cultural presentado -oral y / o escrito- (30%). Puede ser un estudio prospectivo que evalúe la necesidad de aplicar cualquier tecnología digital en el ámbito de las humanidades o estudios de patrimonio cultural, un estudio bibliográfico crítico sobre la metodología informática y sus implicaciones teóricas, donde una aplicación práctica de una de las técnicas explicadas con datos propios de los alumnos. EWS recomienda que esté relacionado con las actividades realizadas en las prácticas externas.

Informes y trabajos escritos (individuales o en grupo). Comentarios de texto y bibliográficos (25% de la nota final)

Resúmenes escritos de las sesiones prácticas, seminarios y conferencias paralelos sobre casos de estudio, insistiendo en los aspectos positivos y negativos de las técnicas y métodos explicados (25% de la nota final)

Participación en clase (presencial o telemática), asistencia a tutorías (presenciales o telemáticas). 10% de la nota final.

Participación en conferencias programadas por la coordinación del máster y otras actividades complementarias (10%).

En el momento de realización / entrega de cada actividad evaluable, el profesorado informará (Moodle, SIA) del procedimiento y fecha de revisión de las calificaciones.

El estudiante recibirá la calificación de No evaluable siempre que no haya presentado el proyecto cultural pedido.

En caso de que el estudiante realice cualquier irregularidad que pueda conducir a una variación significativa de la calificación de un acto de evaluación, se calificará con 0 este acto de evaluación, con independencia del proceso disciplinario que se pueda instruir. En caso de que se produzcan varias irregularidades en los actos de evaluación de una misma asignatura, la calificación final de esta asignatura será 0.

En caso de que las pruebas no se puedan hacer presencialmente adaptará su formato (manteniendo la ponderación) a las posibilidades que ofrecen las herramientas virtuales de la UAB. Los deberes, actividades y participación en clase se realizarán a través de foros, wikis y / o discusiones de ejercicios a través de Moodle, Teams, etc. El profesorado velará para que el estudiante pueda acceder o le ofrecerá medios alternativos, que estén a su alcance.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Asistencia a conferencias y actividades complementarias	10%	8	0,32	1, 3, 2, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 20, 21, 22, 19, 23, 17, 24, 25
Asistencia y Participación activa en clase	10%	0	0	3, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 10, 11, 13, 18, 23, 24, 25
Comentario escrito basado en estudio	25%	0	0	1, 3, 2, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16,

de caso				18, 20, 21, 22, 19, 23, 17, 24, 25
Presentación del proyecto	30%	0	0	1, 3, 2, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 20, 21, 22, 19, 23, 17, 24, 25
Trabajos prácticos	25%	0	0	1, 3, 2, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 20, 21, 22, 19, 23, 17, 24, 25

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.

Luebke, 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 marketing 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

Software

Power point