



Ficha de Unidade Curricular

DESIGNAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR:

Mediação das Expressões Artísticas e Culturais

DESIGNATION OF CURRICULAR UNIT:

Mediation of Artistic and Cultural Expressions

SIGLA DA ÁREA CIENTÍFICA EM QUE SE INSERE / SCIENTIFIC AREA ACRONYM

CC

DURAÇÃO / DURATION (Anual, Semestral)

Semestral

HORAS DE TRABALHO / WORK HOURS (número total de horas)

140

HORAS DE CONTACTO / CONTACT HOURS (discriminadas por tipo de metodologia adotado - T - Teórico; TP - Teórico-prático; PL - Prático e laboratorial; S- Seminário; OT - orientação tutorial)

T: 15; TP: 15



ECTS

5

OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)

Opcional

OBSERVATIONS

Optional

DOCENTE RESPONSÁVEL E RESPECTIVA CARGA LETIVA NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):

Margarida Ribeiro Ferreira de Carvalho, 20 horas.

RESPONSIBLE ACADEMIC STAFF MEMBER AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT (FILL IN THE FULLNAME):

Margarida Ribeiro Ferreira de Carvalho, 20 hours.

OUTROS DOCENTES E RESPECTIVAS CARGAS LETIVAS NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):

João Pedro Coelho Gomes de Abreu, 10 horas.

OTHER ACADEMIC STAFF AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT:

João Pedro Coelho Gomes de Abreu, 10 hours.



OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM (CONHECIMENTOS, APTIDÕES E COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER PELOS ESTUDANTES):

1. Compreender a relevância da mediação na articulação entre as expressões artísticas e culturais e os seus públicos bem como na promoção da literacia destes no contexto das artes e da cultura.
2. Compreender as práticas de mediação das expressões artísticas e culturais no seio da sociedade digital contemporânea.
3. Perceber a articulação histórica entre o museu e as práticas de mediação artística e cultural.
4. Articular as diferentes funções sociais do museu e compreender a relevância da sua comunicação com diferentes públicos no seio da sociedade digital.
5. Conceber diferentes práticas de mediação artística e cultural no museu contemporâneo.
6. Compreender o papel da representação visual na mediação das expressões artísticas e culturais.
7. Ganhar competências de discurso crítico e de investigação sobre a mediação de expressões artísticas e culturais.

LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:

1. Understand the relevance of mediation in the articulation between artistic and cultural expressions and their audiences, as well as in promoting their literacy in the context of arts and culture.
2. Understand the mediation practices of artistic and cultural expressions within the contemporary digital society.
3. Understand the historical link between the museum and artistic and cultural mediation practices.
4. Articulate the different social roles of the museum and understand the relevance of its communication with different audiences within the digital society.
5. Being able to conceive different practices of artistic and cultural mediation in the contemporary museum.
6. Understand the role of visual representation in the mediation of artistic and cultural expressions.
7. Acquire the ability to produce critical discourse and develop research skills on the mediation of artistic and cultural expressions.



CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

1. Mediação das expressões artísticas e culturais na sociedade digital.
 - 1.1. Mediação das expressões artísticas e culturais: a relação com os públicos e a promoção da literacia artística e cultural.
 - 1.2. Expressões artísticas e culturais e a "cultura da participação" contemporânea.
2. Práticas de mediação no museu contemporâneo.
 - 2.1. O conceito de museu.
 - 2.2. Breve história museológica.
 - 2.3. Funções sociais do museu contemporâneo.
 - 2.4. A comunicação do museu com os públicos.
 - 2.5. O museu *transmedia*.
3. Representação visual na mediação das expressões artísticas e culturais.
 - 3.1. Expressão e perceção de identidade.
 - 3.2. O design como interface do museu.
 - 3.3. O desafio da ubiquidade.



SYLLABUS:

1. Mediation of artistic and cultural expressions in the digital society.
 - 1.1. Mediation of artistic and cultural expressions: the relationship with audiences and the promotion of artistic and cultural literacy.
 - 1.2. Artistic and cultural expressions and the contemporary "culture of participation".
2. Mediation practices in the contemporary museum.
 - 2.1. The concept of museum.
 - 2.2. Brief museological history.
 - 2.3. Social roles of the contemporary museum.
 - 2.4. The museum's communication with its publics.
 - 2.5. The transmedia museum.
3. Visual representation in the mediation of artistic and cultural expressions.
 - 3.1. Expression and perception of identity.
 - 3.2. Design as an interface of the museum.
 - 3.3. The ubiquity challenge.



DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR:

Objetivo 1: Mediação das expressões artísticas e culturais: relação com os públicos e a promoção da literacia artística e cultural; A comunicação do museu com os públicos; O museu *transmedia* ; Expressão e percepção de identidade; O design como interface do museu

Objetivo 2: Expressões artísticas e culturais e "cultura da participação" contemporânea; A comunicação do museu com os públicos; O museu *transmedia* ; O desafio da ubiquidade

Objetivo 3: O conceito de museu; Breve história museológica; Funções sociais do museu contemporâneo

Objetivo 4: Funções sociais do museu contemporâneo; A comunicação do museu com os públicos; O desafio da ubiquidade

Objetivo 5: Funções sociais do museu contemporâneo; A comunicação do museu com os públicos; O museu *transmedia* ; Expressão e percepção de identidade; O design como interface do museu; O desafio da ubiquidade

Objetivo 6: Expressão e percepção de identidade; O design como interface do museu; O desafio da ubiquidade

Objetivo 7: Todos os conteúdos programáticos

DEMONSTRATION OF THE SYLLABUS COHERENCE WITH THE CURRICULAR UNIT'S OBJECTIVES:

Objective 1: Mediation of artistic and cultural expressions: relationship with audiences and the promotion of artistic and cultural literacy; The museum's communication with its publics; The transmedia museum; Expression and perception of identity; Design as an interface of the museum

O2: Artistic and cultural expressions and the "culture of participation"; The museum's communication with its publics; The transmedia museum; The ubiquity challenge

O3: The concept of museum; Brief museological history; Social roles of the contemporary museum

O4: Social roles of the contemporary museum; The museum's communication with its publics; The ubiquity challenge

O5: Social roles of the contemporary museum; The museum's communication with its publics; The transmedia museum; Expression and perception of identity; Design as an interface of the museum; The ubiquity challenge

O6: Expression and perception of identity; Design as interface of the museum; The ubiquity challenge

O7: Every topic of the syllabus



METODOLOGIAS DE ENSINO (AVALIAÇÃO INCLUÍDA):

Aulas com componente de exposição de conteúdos programáticos lideradas pelos docentes. Discussão e análise de textos e imagens. Análise de estudos de caso.

Regime de avaliação contínua.

Elaboração de um trabalho individual escrito (30%), de um trabalho individual (35%) e de um trabalho de grupo (25%) com apresentação oral em aula. Complemento individual da avaliação contínua no qual se pondera a participação nas atividades letivas e a assiduidade (10%).

TEACHING METHODOLOGIES (INCLUDING EVALUATION):

Explanation of the programmatic contents led by the teachers. Discussion analysis of texts and images. Analysis of case studies.

System of ongoing assessment.

The evaluation consists in one written individual essay (30%), oral presentations of an individual work (35%) and a group work (25%), and the individual complement of ongoing assessment which weights the participation in learning activities and student attendance (10%).

DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE CURRICULAR:

Todos os objetivos são atingidos através da combinação entre metodologia expositiva e ativa levada a cabo por meio de: aulas com componente de exposição de conteúdos programáticos; Discussão e análise de textos e imagens; Análise de estudos de caso.

DEMONSTRATION OF THE COHERENCE BETWEEN THE TEACHING METHODOLOGIES AND THE LEARNING OUTCOMES:

All goals are achieved through combining expositive and active methodology: explanation of the programmatic contents supplied during classes; discussion and analysis of texts and images; analysis of case studies.

BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL: MAIN BIBLIOGRAPHY:



Abreu, J. G. (2014). *Museus: Identidade e comunicação, instrumentos e contextos de comunicação na museologia portuguesa* (Dissertação de doutoramento). ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, Portugal. Disponível em: <https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/8782>

Blanco, A. G. (1999). *La Exposición, un Medio de comunicación*. Madrid: Akal.

Bautista, S. S. (2014). *Museums in the digital age: Changing meanings of place, community, and culture*. Lanham, Maryland: AltaMira Press.

Bennett, T. (1995). *The birth of the museum: History, theory, politics*. New York: Routledge.

Carvalho, J. N. S. (2014). *A adoção de social media por museus como uma ferramenta de comunicação. Proposta de um modelo para o desenho de estratégias de comunicação* (Dissertação de doutoramento). Universidade de Aveiro, Aveiro, Portugal. Disponível em: <https://ria.ua.pt/handle/10773/12338>

Carvalho, M. (2014). *A obra "faça-você-mesmo": Estética da participação nas artes digitais* (Dissertação de doutoramento). Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, Portugal. Disponível em: <https://run.unl.pt/handle/10362/14990>

Centeno, M. J. (2012). *As organizações culturais e o espaço público. A experiência da rede nacional de teatros e cineteatros*. Lisboa: Edições Colibri.

Centeno, M. J. (Coord.) (2019). *Museu da Paisagem, narrativas e experiência do lugar*. Lisboa: Museu da Paisagem, Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa. Disponível em: <https://museudapaisagem.pt/public/media/Museu-da-Paisagem-Narrativas-Experiencia-do-Lugar.pdf>

Drotner, K. & Schrøder, K. C. (2013). *Museum communication and social media: The connected museum*. New York: Routledge.

Falk, J. H. (2009). *Identity and the museum visitor experience*. Walnut Creek: Left Coast Press.



Giannini, T. & Bowen, J. P. (Eds.) (2019). *Museums and digital culture: New perspectives and research* . New York: Springer.

Hooper-Greenhill, E. (ed.) (1995). *Museum, media, message* . New York: Routledge.

Hyland, A. & King, E. (2006). *Visual identity and branding for the arts*. London: Laurence King Publishing.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide* . New York: New York University Press.

Jenkins, H. & Bertozzi, V. (2008). *Artistic expression in the age of participatory culture: How and why young people create* . In Tepper, S. J. & Ivey, B. (Ed.), *Engaging art: The next great transformation of America's cultural life* (pp. 171-195). New York: Routledge.

Jenkins, H., Ito, M. & boyd, d. (2016). *Participatory culture in a networked era* . Cambridge: Polity Press.

Johnson, M. A. (2020). *Engaging diverse communities: a guide to museum public relations* . Amherst: University of Massachusetts Press.

Kidd, J. (2014). *Museums in the new mediascape: Transmedia, participation, ethics* . New York: Routledge.

Kotler, N. & Kotler, P. (1998). *Museum strategy and marketing: Designing missions, building audiences, generating revenue and resources* . San Francisco: Jossey-Bass.

Laws, A. L. S. (2015). *Museum websites & social media: Issues of participation, sustainability, trust and diversity* . New York: Berghahn Books.



Martinho, M. T. D (2011). *Mediação cultural: Alguns dos seus agentes* (Dissertação de doutoramento). ISCTE, Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, Portugal. Disponível em:
<https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/3514>

Pihel, J. (2021). *Graphic design in museum exhibitions: Diaplay, identity and narrative* . New York: Routledge.

Runyard, S. & French, Y. (1999). *Marketing and public relations handbook for museums, galleries & heritage attraction* . Walnut Creek: Altamira Press.

Steidl, P. & Garry E. (1997). *Corporate image and identity strategies: Designing the corporate future*. Warriewood: Business & Professional Publishing.

Tallon, L. & Walker, K. (eds.) (2008) *Digital technologies and the museum experience: Hanheld guides and other media*. Plymouth: Altamira Press.

Vergo, P. (Ed.) (1989). *The new museology*. London: Reaktion Books.

Wallace, M. (2016). *Museum Branding, How to create and maintain image, loyalty and support* . London: Rowman & Littlefield.

Wheeler, A. (2003) *Designing brand identity: A complete guide to creating, building, and maintaining strong brands*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.