

SEMINARIO PERMANENTE DE INVESTIGACIÓN INTERDISCIPLINAR
IKERKETA INTERDIZIPLINAR ETENGABEKO SEMINARIOA

Las transformaciones del público desde la Psicología Social

ELOÍSA PÉREZ SANTOS
MARÍA JESÚS MONTEAGUDO

 4 de mayo 2018

 Sala Turing

 9.30 - 12.00

 ESIDE. UD

 **Santander**

PUBLICUM
PÚBLICOS EN TRANSFORMACIÓN



Deusto
Cátedra de Ocio y Conocimiento
Aisia eta Ezagutza katedra



ELQÍSA PÉREZ SANTOS MARÍA JESÚS MONTEAGUDO

Seminario Permanente de
Investigación Interdisciplinar



Las transformaciones del público desde la Psicología Social

El proyecto PUBLICUM (HAR2017-86103-P) se propone explorar las transformaciones del público de los museos contemporáneos desde una perspectiva interdisciplinar que mantenga la tensión entre dos focos irrenunciables: la experiencia de las y los propios visitantes y los procesos y dinámicas de las organizaciones museísticas que los acogen. Este primer seminario del proyecto pone sobre la mesa las aportaciones que pueden hacer al estudio de la experiencia del visitante dos ámbitos de estudio diversos, pero afines ambos a la inspiración disciplinar de la Psicología Social: los estudios de públicos de museos, y los estudios de ocio. El diálogo entre estas dos tradiciones de investigación ayudará a asentar un abordaje renovado y complejo del público de los museos en la actualidad



Eloísa Pérez Santos

Universidad Complutense de Madrid



Doctora en Psicología por la Universidad Complutense de Madrid y Profesora titular en dicha Universidad, ha desarrollado una triple actividad, profesional, docente e investigadora en el campo de los estudios de público en museos y exposiciones desde más de 25 años. Ha impartido clases sobre el tema en distintas universidades españolas y en instituciones como la Subdirección General de Museos Estatales del Ministerio de Educación del Gobierno de España, entre otras. Ha realizado trabajos de evaluación e investigación de públicos en numerosos museos y centros de educación patrimonial, como el Museo Nacional de Ciencias Naturales, el Museo Arqueológico Nacional, el Museo Centro de Arte Reina Sofía, etc. Es coordinadora científica del Laboratorio Permanente de Público de Museos de la Subdirección General de Museos Estatales, desde su creación en 2008, donde diseña y colabora en la investigación de los públicos y la evaluación de actividades y exposiciones en más de 20 museos nacionales. Entre sus publicaciones más recientes, destaca Estudios de visitantes en museos: metodología y aplicaciones (Editorial Trea).

PONENCIA 1



Claves para entender al público + 2 retos futuros. Una visión desde los estudios de públicos de museos

Las investigaciones sobre visitantes de los museos, realizadas desde disciplinas diversas (economía, marketing, antropología, museología y psicología social, entre otras) nos permiten disponer de un conocimiento sistemático sobre los aspectos que mejor pueden definir al público actual de los museos: intereses, motivaciones, participación, información, satisfacción o experiencias. Además, la investigación actual sobre los públicos de museos se enfrenta a nuevos retos: su implicación con la accesibilidad universal y la inclusión social plena y la irrupción de las tecnologías de la información que está potenciando cambios en la manera de mirar, percibir, aprender y experimentar de los visitantes y que puede, incluso, transformar los propios procesos de investigación.



María Jesús Monteagudo

Instituto de Estudios de Ocio. Univ. de Deusto



Doctora en Ocio y Potencial Humano y Licenciada en Psicología por la Universidad de Deusto. Directora de la Cátedra Ocio y Conocimiento del Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto desde 2011 y Directora de Publicaciones de dicha entidad. Miembro del equipo de Investigación "Ocio y Desarrollo Humano", reconocido desde 2009 por Gobierno Vasco (Ref. IT 587) en categoría B y desde 2016 a 2021, en categoría A (IT984-16). Posee una dilatada trayectoria en investigación de más de 20 años en los que se ha especializado en el estudio del fenómeno del ocio desde un enfoque psicosociológico, sus impactos en el desarrollo humano, el ocio a lo largo de la vida, beneficios y barreras para la participación en ocio y las manifestaciones del ocio en el ámbito de la práctica deportiva. Es autora de una decena de monografías, más de 25 capítulos de libro y casi una veintena de artículos en revistas especializadas. Ha sido IP de numerosas investigaciones y ha participado en más de 36 proyectos estatales e internacionales.

PONENCIA 2



La experiencia museística a debate. Una aproximación desde la Psicología Social y los Estudios de Ocio.

El fenómeno de la experiencia ha sido estudiado a lo largo de la Historia desde disciplinas científicas diversas (Filosofía, Pedagogía, Psicología, Economía, etc.). A partir de los años 60 y 70 del siglo XX, la Psicología Social y los Estudios de Ocio otorgan al concepto de experiencia un papel central en la comprensión de las conductas de ocio, sus antecedentes y consecuentes. Casi 4 décadas después, el concepto de experiencia sigue siendo objeto de controversia. Aún así, asomarse al conocimiento existente sobre la naturaleza compleja y dinámica de las experiencias de ocio, sus características, componentes, elementos facilitadores o inhibidores, etc., puede contribuir a entender y arrojar nueva luz sobre las experiencias museísticas contemporáneas.

