

**Museos y Género. Manual y Herramienta
MAV de Autodiagnóstico para Museos y
Centros de Arte**

MARIÁN LÓPEZ FDZ. CAO y ALMA PORTA LLEDÓ

Índice

CLAVES

OBJETIVO

NODOS CLAVE

USOS DEL MANUAL

METODOLOGÍA

PREGUNTAS,
CRITERIOS E
INDICADORES

Equipo



CLAVES





Objetivo



Facilitar la reflexión sobre la **planificación** y generación de una **mirada crítica y propositiva** sobre museos y centros de arte, desde una **perspectiva de género interseccional y de cultura democrática**.



Nodos clave del autodiagnóstico



Redistribución

Igualdad salarial
Condiciones laborales
Criterios de relevancia social

Representación

Acciones positivas de género.
Presencia y recuperación de obras de mujeres



Reconocimiento

Ruptura de la mirada hegemónica
Narrativas críticas en igualdad
Puesta en valor



Usos del manual/ herramienta



AUTODIAGNÓSTICO
RÁPIDO



AUTODIAGNÓSTICO
EN PROFUNDIDAD



CLAVES
CIUDADANAS



Metodología

estructura

Espacio
Presupuesto: financiación pública, autogestión, patrocinio
Planes y programas de actuación; Política de adquisición; Política explícita de género
Modelo de gestión: gestión pública (estatal SGME, CCAA), gestión privada (fundaciones, empresas)
Obra adquirida y fondos museísticos, archivo
Definición cronológica (periodo cronológico): contemporáneo, histórico, prehistórico
RRHH: dirección y equipo directivo, gestión, personal técnico, personal de servicios
Organización funcional: departamentos, toma de decisión
Imagen
Marco legal: estatal (Ley Orgánica 3/2007 para la igualdad de género) y CCAA
Alianzas: sector público (AAPP), sector privado y tercer sector

procesos

PE. Gobernanza

Dirección y toma de decisión, estrategia y búsqueda de financiación, relación con patrocinios, *feedback* de visitantes. Definición de líneas estratégicas de actuación, Planes específicos (directores, estratégicos, etc.) y programas de actuación

PE. Alianzas y redes

Asistencia a eventos, participación en redes, colaboraciones, articulación de espacios de encuentro

PE. Comunicación y difusión

Definición e implementación de un plan de comunicación (estrategias, discurso, materiales de difusión, web, RRSS), publicidad y difusión de exposiciones y actividades

PE. Evaluación

PO. Exposición de obras

Inauguración, exposición al público (exposiciones e itinerarios), visitas guiadas

PO. Investigación

Selección de líneas de investigación, publicación y selección de personal investigador, desarrollo, difusión, organización de formaciones, seminarios y congresos, publicación de materiales y autoría.

PO. Educación y dinamización

Diseño e implementación de actividades educativas, talleres y actividades. Organización de actos y eventos, implicación en actos externos

PO. Archivo

Gestión de los materiales archivados, digitalización, consulta

PA. Gestión de la obra / patrimonio

Compra-venta, recepción de donaciones, cesión, custodia, catalogación, conservación, restauración, comisariado. Preparación y producción: selección del espacio/sala, horarios, generación de material museográfico, explicaciones de guías, locuciones, preparación de los espacios para la exposición

PA. Gestión administrativa

Gestión de RRHH, permisos. Reporte de actividades: elaboración y recopilación de documentación, presentación de informes, memorias justificativas, volcado de información en bases de datos

PA. Gestión económica

Gestión económica de los patrocinios. Facturación, gestión presupuestaria, gestión de pagos, auditorías

PA. Recepción

PA. Mantenimiento del museo/centro

Mantenimiento de equipamientos e infraestructuras, reforma/renovación y rehabilitación, limpieza, seguridad

productos

productos intermedios:
condiciones necesarias

Visitantes

Exposiciones (individuales y colectivas) e itinerarios

Obra, objetos y bienes culturales adquiridos, fondos

Archivo

Eventos y actividades

Educación

Publicaciones de investigación con autoría

Materiales de difusión: medios, web, videos, RRSS, cartelería, etc.

Discurso expositivo

Sinergias, redes, alianzas y colaboraciones

Planes y líneas de actuación coordinadas

Espacios museísticos en funcionamiento, próximos y accesibles

productos finales:
transformaciones en los museos y centros de arte

Reconocimiento de artistas no normativas/os como productoras/es de cultura y arte

Representación de la obra de mujeres en la producción cultural y artística

Redistribución de recursos (materiales y económicos)

Reconocimiento de la diversidad: visibilización de colectivos invisibilizados (ausentes)

Construcción de nuevos imaginarios sociales

resultados

resultados intermedios:
experiencia artística en el público visitante

Aprendizaje y conocimiento sobre las relaciones de género

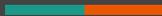
Capacidad de interpretación crítica en la construcción de cultura

Capacidad de deconstrucción de la identidad de género

Hábitos y prácticas transformadoras de género

resultado final:
cambios en las personas

Mayor acceso a la cultura (cultura más democrática)



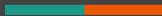
Preguntas de evaluación, criterios e indicadores: matriz de evaluación

Código	Criterio	Dimensión	Subdimensión	Pregunta de evaluación	Indicador
Prod5	Reconocimiento	Productos	Obra, objetos y bienes culturales adquiridos, fondos	¿Se han revisado/recuperado los fondos de la institución desde una perspectiva de género?	Generación de cambios a raíz de la puesta en marcha de acción o acciones para la revisión de los fondos de la institución desde la perspectiva de género
Prod19	Adecuación al diseño (CIDA)	Productos	Visitantes	¿Se recogen las visitas en relación al género?	Obtención efectiva de información de visitantes desagregada por género

Código	Criterio	Dimensión	Subdimensión	Pregunta de evaluación	Indicador
Prod27	Representación	Productos	Discurso expositivo	¿El discurso expositivo facilita el la comprensión de la obra desde una perspectiva de género? (perspectiva sistémica, museos como espacios para la utopía)	<p>Inclusión de elementos críticos en los materiales de apoyo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se preguntan por la ausencia de colectivos y visiones invisibilizadas o con difícil acceso al museo/centro. Por ejemplo, otras etnias o culturas, colectivos presentes en la sociedad, pero invisibilizados e infravalorados (clase trabajadora o empobrecida, mujeres trabajadoras, inmigrantes, refugiados/as, etc.) - En exposiciones que recogen un periodo histórico, se analizan los avances y retrocesos sociales y políticos desde el punto de vista de género y los derechos de las mujeres. - Dan a conocer condiciones sociales de diferentes poblaciones y las conectan con otros hechos históricos y cambios sociales relevantes. - Facilitan la lectura crítica de obras históricas y las conectan con un análisis del presente. Por ejemplo, una lectura desde la perspectiva de género e igualdad social de obras que representan imágenes de violencia sexual. - Proporcionan información abierta sobre la obra/objeto/bien cultural: incluyen e interrogan al/la visitante, fomentan la interpretación de la obra por su parte en cuestiones de género, poder, diversidad cultural y de clase. - Las obras se ponen en relación con el contexto en el que fueron realizadas y como una elección del/la propio/a artista desde su posición histórica y socioeconómica



Tras la aplicación de la herramienta, se analizan los datos e informaciones obtenidas, contando con una explicación sobre el funcionamiento y los nodos clave de mejora del museo o centro de arte en términos de igualdad de género.

A short horizontal bar with a teal segment on the left and an orange segment on the right.

Realización de pruebas piloto con los museos seleccionados

participan

Grupo de investigación:

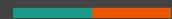
Marián López Fdz. Cao (mariaanl@ucm.es)

Alma Porta Lledó (almaporta@live.com)

Grupo de trabajo MAV:

Txaro Arrazola, Vanesa Cejudo, Lola
Díaz, María José Magaña, Tonia Trujillo

Con el apoyo del Ministerio de Cultura y Deporte y Comunidad de Madrid.



Gracias