NSTITUTO DE FORMACION DOCENTE CONTINUA

VILLA MERCEDES- SAN LUIS

PROPUESTA CURRICULAR 2012: ORGANIZACIÓN Y GESTION CULTURAL

AREAS VISUALES Y TEATRO

PROF. VANINA CALISE

FUNDAMENTACION

La aplicación de la gestión a la cultura tiene unas especificidades que permiten hablar de *gestión cultural*. Estas características son: el alto grado de intervención del sector público en cultura con el objetivo de garantizar la accesibilidad de la población; las diferencias en el tamaño de las organizaciones culturales consecuencia de la dispar aplicación de los avances tecnológicos en las distintas actividades culturales, lo que limita su capacidad de generar -y de disponer- de recursos); y, por último, la influencia (en teoría, prácticamente nula) del gestor cultural sobre la creación del bien o servicio cultural (la variable producto del marketing), lo que constituye para los profesionales de la gestión cultural un reto al que no se enfrenta ningún otro gestor. Por ello, para poder cumplir con los objetivos de las organizaciones culturales (que no son necesariamente obtener la máxima rentabilidad), la gestión cultural exige un nivel de preparación en cuanto a conocimientos y habilidades de gestión superior al de profesionales de otros sectores de la economía.

Los criterios de organización curricular que se utilizan en la capacitación cultural son tan variados como los contextos sociales que los exigen, y otro tanto ocurre con la formación de quienes son los responsables de la comunicación de las instituciones o de la conducción de los medios de comunicación.

Mientras que las problemáticas relacionadas con la cultura y la comunicación tienden a conformar campos especializados de estudio e intervención, el actual proceso de las políticas culturales plantea nuevas exigencias de planificación, gestión, ejecución y financiamiento. Al mismo tiempo, el componente comunicacional de las políticas culturales resulta cada vez más estratégico para el buen desempeño de los programas y proyectos.

Ante la necesidad de articular más estrechamente los campos de la cultura y la comunicación, y vincularlos a los demás sectores relacionados con el desarrollo humano, la iniciativa del espacio curricular “Organización y Gestion cultural” está destinada a realizar una aproximación a este vasto campo de conocimientos, prestando particular atención a las técnicas de gestión y de administración culturales, contemplando tanto sus aspectos teóricos como su aplicabilidad práctica en nuestro país y la región.

OBJETIVOS GENERALES

A través de este espacio curricular, se intentara que el alumno llegue a conocer y practicar los procedimientos y técnicas de gestión y administración de la cultura. Orientándolos con pautas de organización, orden y racionalidad que garanticen la sustentabilidad de la gestión.

Serán también objetivos de este espacio de enseñanza- aprendizaje, conocer las estrategias de producción, promoción y exhibición de las artes, como así también establecer objetivos claros para determinar adecuadamente modelos de gestión, evaluando correctamente necesidades y recursos disponibles.

CONTENIDOS GENERALES

La cultura en el imaginario colectivo. Globalización. Gestión, organización y marketing Procesos culturales. Postulados básicos de la gestión cultural. Sociedad y cultura del s. XXI. Patrimonio.. Acciones a escala local y mundial. Diagnostico y modelización de la información. Mediación entre diferentes actores del campo cultural. Transferencia de información, conocimiento y sistemas. Innovación en el sector. Los espacios de la gestión. Políticas culturales. Industrias culturales. Instituciones culturales. Equipamientos culturales. Instituciones de apoyo. Organizaciones internacionales. El sector empresarial. El artista. El publico. Cultura y desarrollo local. Redes. Organizaciones. Planificación- organización- ejecución- evaluación. Proyectos culturales. Programación gestión y administración cultural y de eventos. Desarrollo de fondos: financiamiento. Marketing cultural.

CONTENIDOS MODULARES

Área I Cultura: Visiones Multidisciplinarias

**Modulo 1: “Cultura, una definición antropológica”**

Contenidos

 Concepto de cultura

 Los problemas de la identidad y la memoria

 Procesos que impactan la cultura y las identidades

 Desarrollo social versus cultura

**Modulo 2: “Cultura, visiones politológicas y jurídicas”**

Contenidos

 Cultura desde la perspectiva del poder

 Estado, cultura y procesos culturales

 Derechos culturales

**Modulo 3: “Economía y Cultura”**

Contenidos

 Mercado y cultura

 Producción y consumo cultural

 Bienes y servicios culturales

 Fomento productivo e industrias culturales

**Modulo 4: “Políticas Públicas Culturales”**

Contenidos

 Gobierno y agenda pública

 Políticas públicas: formulación, procesos y actores

 Política pública cultural actual

 Políticas Culturales sectoriales

**Modulo 5: “Legislación Cultural”**

Contenidos

 La cultura en el ordenamiento jurídico.

 Financiamiento de la cultura

 Distintas leyes sobre protección del patrimonio y promoción de la actividad cultural y artística

 Legislación tributaria para la gestión cultural

 Tratados Internacionales

Área II Gestión Cultural

**Modulo 7: “Gestión y Planificación Estratégica”**

Contenidos

 La Administración. Etapas y Funciones.

 La Planificación Estratégica.

 La Misión Organizacional

 El Diagnóstico Externo y Construcción de Escenarios

 Las Estrategias y Control de Gestión Estratégico

**Modulo 8: “Gestión Cultural”**

Contenidos

 Historia y Desarrollo de la Gestión Cultural

 Escenarios de la Gestión Cultural

 Gestión Patrimonial

 Producción Artística

 Animación Sociocultural

 Cultura y Ciudad

 Planificación y Gestión Cultural

 Análisis y Modelos de Gestión Cultural

**Modulo 11: “Marketing Cultural”**

Contenidos

 Conceptos de Marketing. Evolución de Enfoques y modelo de cambio.

 Fundamentos del MK Social y del MK Cultural

 Elementos generales del Marketing. Análisis del Entorno. Competencia. Marketing Mix.

 Segmentación Posicionamiento.

 Investigación de Mercado. El sistema de información en el MK. Técnicas e interpretación de datos.

 Estrategias Comunicacionales de medios y de mensajes.

**Modulo 12: “Diseño y Evaluación de Proyectos”**

Contenidos

 El concepto de proyecto.

 El ciclo de vida de un proyecto.

 Preinversión.

 Inversión.

 Operación.

 Análisis económico de Proyectos.

 Efectos de los proyectos según la Estructura de Mercado.

 Ingresos y Costos para el Análisis de proyectos.

 Elaboración de Flujo de Caja.

 Indicadores de Evaluación.

CONTENIDOS ESPECIFICOS: **visuales**

Teoría y producción artística en el campo. Espacios de exposición y venta: galerías, museos. Circuitos de arte: salones, bienales y ferias. Centros culturales. Clientes, consumidores y expectadores. Mercado del arte. Coleccionismo. Aspectos jurídicos de museos y fundaciones. Legislación cultural y patrimonio.

CONTENIDOS ESPECIFICOS: **teatro**

Producción y preproducción teatral. Artista y gestor. Ciclos de producción. Sistemas de producción pública y privada. Teatro independiente. Grupos, cooperativas y compañías. Coproducción. Gestión de festivales. Redes y circuitos. Estrategias de comunicación y publico. Gestión financiera y económica del espacio escénico. Ley nacional del teatro.

CONTENIDOS ESPECIFICOS: **música**

Producción musical. Productor musical y gestor. Promoción y administración pública de la música. Economía y gestión en la música. Gestión de la comunicación. Repertorio y programación cultural. Gestión comercial y marketing. La industria de la música. La generación de derechos. El marco legal. Las entidades de gestión. El contrato discográfico. Los derechos de imagen. El contrato editorial. El contrato de management y de actuación. La compañía editorial: origen y futuro del negocio. El valor de la música en directo. Los negocios derivados. Las funciones del manager. La producción y comercialización de un concierto. La gestión de un proyecto musical integral. El plan de viabilidad de un producto musical. El plan de marketing. Ejemplos y casos

POSTULADOS ESPECIFICOS

Que es gestionar. Los conceptos de gestión y gestor. Gestión de instituciones. Administración vs. Gestión. Quien y que se gestiona, conocimientos, habilidades y carácter de quienes gestionan. Sectores, ámbitos y campos de actuación de la gestión cultural, sus espacios. Modalidades de gestión. Gerenciamiento de las organizaciones y/o instituciones. Organizaciones culturales, seguimiento y control de gestión. Indicadores, tipos: Observación de un manual de prodedimientos. Políticas culturales: investigación, diagnostico, proceso de diseño, construcción. Industrias e instituciones culturales, instituciones de apoyo. Organizaciones internacionales, empresario, artista y publico. Cultura y desarrollo local, generación de empleos, redes y organizaciones.

Estrategias para la elaboración de proyectos culturales sustentables: construcción de la propuesta según dimensión de emprendimiento. Diferencias entre plan, programa y proyecto, tarea y actividad. Guía para la elaboración de proyectos culturales: planificación, organización, ejecución y evaluación. Evaluación técnica de proyectos culturales: métodos e instrumentos, criterios de evaluación. Definición de un sistema de evaluación de desempeño. Evaluación critica en procesos de elaboración, informes. Desarrollo de fondos: subsidios, auspicios, patrocinios. Marketing cultural.

METODOLOGIA

Por pertenecer el espacio curricular a los profesorados de Visuales, Música y Teatro; se dividirán las comisiones en estas tres especificidades dentro del campo del arte, para mantener y profundizar contenidos particulares para cada una de ellas. Así mismo, y reconociendo la pertinencia de la gestión cultural en las tres áreas mencionadas, es que se mantendrá una regularidad semanal de cursado donde se debatirán aportes teóricos generales del campo. Se harán verificaciones grupales de ejemplos de gestión y diversos ejercicios para aprender aplicaciones prácticas, estimulando el trabajo en equipo y desarrollando criterios propios. Esta propuesta se enmarca en una didáctica donde el alumno sea el protagonista de su propio aprendizaje.

Es objetivo final de este espacio la realización de un trabajo, o producción de gestion, donde cada alumno aplique los saberes incorporados y la metodología de evaluación y gestión apropiadas para un proyecto cultural.

EVALUACION

Es considerada continua y permanente. La condición de regularidad se obtiene con la suma del 80% de asistencia y la entrega con aprobación del 100 % de los trabajos teórico- prácticos planteados durante el cursado del espacio. Para llegar a la instancia final, el alumno deberá haber concluido el proyecto de investigación, tanto en su parte teórica como practica, previas consultas con el docente a cargo del espacio. La promoción de este espacio curricular, es considerara como instancia posible pero de excepción, ya que los tiempos materiales estipulados para el cursado, vinculado directamente a los contenidos establecidos, no resultan proporcionales.

BIBLIOGRAFIA

**Bayardo**, Rubén: *Cultura y antropología: una revisión crítica.*

**Bourdieu**, Pierre: *Sociología y cultura*.*.*

**Bono Edward del**: *Conflictos, una mejor manera de resolverlos*, Planeta, Buenos Aires, 1995

**Burin D, Karl L, Lewin L**: *Hacia una Gestion participativa y eficaz*, Ed CICCUS, Buenos

Aires, 1995

**Burin D, Heras A** (comp) *Desarrollo local, una respuesta a escala humana*

**Cahian, Adolfo**: Derecho de las fundaciones, E de la Rocca, Buenso Aires, 1996

**Drucker Peter**: *Dirección de Instituciones sin fines de lucro*. El Ateneo, Buenos Aires. 1990

**Drucker Peter** : *El gran poder de las pequeñas ideas*. Ed Sudamericana. Bs As. 1999

**Dupuis X**: *Cultura et development, de la Reconnaissance a l`evaluation*, UNESCO, Paris,

1991

**Forni Floreal**: *De exclusión a la organización*, Ed CICCUS, Buenos Aires , 1997

**Forni, Floreal** (comp) *Caminos Solidarios de la Economía Argentina*. Ed CICCUS, 2005

**García** **Canclini**, Néstor: *Políticas* *culturales en América Latina* y *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*

**Geertz**, Clifford: *La* *interpretación de las culturas*

**Gettino**, Octavio: *Industrias culturales en la argentina*.

**Getino, Octavio**: *Turismo, entre el ocio y el negocio*, ED CICCUS, Bs As, 1993

**Getino, Octavio**: *Cine y televisión en América Latina: producción y mercados*. Ed CICCUSLa

Crujia. Bs AS. 1999

**Hajduk**, Margo: *Financiación privada en las artes y la cultura: el rol de las empresas como nuevos mecenas*

**Juliá**, Carlos: *Conservación y preservación del patrimonio* Fondo Nacional de las Artes: *Aportes de la producción artística a la economía* II Informe de la Cultura de la UNESCO

**Martin – Barbero Jesus**: *Oficio de Cartógrafo*. *Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura.* FCE. Bs AS, 2004

**Neugovsen Gerardo** : *Curso y Manual para emprendedores y responsables de Gestió* cultural . Tikal Ideas/ Fundacion COPPLA. 1993

**Olmos Héctor y Santillán Guemes** **Ricardo**: El Gestor Cultural. Ed CICCUS. Bs As., 2004

**Puig Picart Toni**: *Ciudad y Cultura en el siglo XXI* , Ed CICCUS, Buenos Aires, 1993

**Puig Picart Toni**: *La* *comunicación municipal cómplice de los ciudadanos*. Paidos, Bs As

2003

**Schraier, Gustavo**. Laboratorio de producción teatral. Ed Atuel. 2008..

**Williams**, **Raymond***: cultura: sociología de la comunicación y del arte.* Bayardo, R: Globalizacion e identidad cultural: Ed CICCUS, Buenos Aires, 1995

Wortman, Ana. - *Entre la política y la gestión de la cultura y el arte.*  EUDEBA 2009.

- *La* *construcción imaginaria de la desigualdad social*. Ediciones CLACSO, Buenos Aires, 2007

- *Imágenes publicitarias/nuevos burgueses.* Prometeo Libros, Buenos Aires, 2004. ISBN 950 9217824

- *Pensar las clases medias. Consumos culturales y estilos de vida urbanos en la Argentina de los noventa*. La Crujia ediciones, Buenos Aires, 2003. ISBN 987 1004 27 3

- *Cartografias de la Argentina de los ´90*, Mirtha Alejandra Antonelli (coordinadora)

*- Jóvenes desde la periferia, Políticas y espacios culturales en la Argentina. Continuidades y rupturas en una década de democracia*