

PROGRAMA

Comunicación para la gestión cultural: proactiva, ejecutiva y responsable con los públicos

Equipo docente a cargo de la actividad:

Lic. Daniel Fenoglio

Objetivos del curso

General

Preparar a los profesionales participantes del curso para desarrollar una comunicación fluida, efectiva y consciente con los distintos públicos involucrados en un proyecto de gestión cultural, de forma que cada uno de estos sienta interés en ser parte del emprendimiento/acción/actividad desde el lugar que le corresponde y que ello a su vez favorezca la viabilidad, la concreción y el resultado positivo de lo propuesto.

Específicos

Comprender la Gestión Cultural como una disciplina creativa y organizadora que propone, genera, coordina, articula y desarrolla proyectos artísticos, culturales, comunitarios, educativos e incluso sociales, asistiéndose de otras disciplinas, entre las que la comunicación cuenta de forma relevante.

Comprender el lugar preponderante de la comunicación en proyectos artísticos y de gestión cultural, enfocando esta desde la profesión, es decir a través de las herramientas, conocimientos y habilidades conceptuales y técnicas que un/a Licenciado/a en Ciencias de la Comunicación posee tras egresar de la carrera para que esta cumpla una función central en la planificación de proyectos de gestión cultural, durante el desarrollo de los mismos y tras su comprensión.



Entender la importancia de los públicos y su diversidad, entre los internos y los externos y la variedad interior a cada uno de estos para considerarlos y atenderlos de forma responsable, y por medio de ello considerar las formas de vinculación desde la comunicación para generar empatías que afecten positivamente los proyectos.

Contenidos

I - La Gestión Cultural como disciplina

¿Qué es, a qué se dedica, qué desarrolla?

La Producción como un componente de la Gestión Cultural.
Parentescos, complementos y diferencias.

Lo comunitario subyacente en proyectos con fines comerciales y de lucro.

II - La Comunicación en la Gestión Cultural

La comunicación como centralidad para el desarrollo exitoso* de los proyectos en culturales y artísticos.

Pluri-direccionalidad de la comunicación para el desarrollo de los proyectos culturales.

Las particularidades de la comunicación en proyectos de extensión educativo-cultural

III - Los públicos

Diversidad de públicos: internos y externos con una variedad interior a cada uno de estos y la necesaria aplicación creativa en las formas y contenidos de la comunicación dirigida a cada uno de ellos para contar un mismo proyecto según a cada quien y lograr con ello la adhesión interesada.

La responsabilidad con los públicos y la acción de la comunicación en este sentido.

La construcción a través de la comunicación de públicos participativos que por distintas motivaciones e intereses se hacen parte activa en la concreción y la consecución de los objetivos de un proyecto cultural.

* Concepto de éxito asociado al cumplimiento de objetivos.

Metodología

- Expositiva / Taller

Partiendo de la exposición teórica del docente basada en bibliografía específica, en su experiencia de campo se plantean conceptos generales al respecto de la comunicación en su vínculo con la gestión cultural para luego tomar referencia de propuestas individuales y colectivas que pudieran plantear los participantes.

Como parte del desarrollo se analizarán -con foco en la comunicación- proyectos reales que fueron postulados a distintos fondos públicos y concretados a partir de esos apoyos o realizados mediante apoyos privados o por medio de iniciativas independientes y/o comunitarias.

Evaluación de aprendizajes (obligatoria para que se pueda certificar como de posgrado)

Partiendo del comienzo del curso se dejarán planteadas las bases para un trabajo en equipos a través del que los participantes tendrán que ir aplicando lo trabajado en clase para resolver todos los aspectos de la comunicación de un proyecto de gestión cultural.

El proyecto podrá ser ficticio, pero el docente motivará que sean proyectos reales que ya estén en desarrollo o que sean pensados tomando referencia de los intereses de los participantes de manera que el ejercicio pueda contar luego con una aplicación real y concreta en el desarrollo profesional de estos. En caso que sean reales, incluso propenderá a que lo desarrollen de manera concreta durante la extensión del curso.

Al finalizar la cursada, los participantes realizarán una exposición de los pasos a dar (o dados si se hubiera estado ejecutando sincrónicamente). La instancia permitirá al docente orientar las acciones, observar el grado de involucramiento de todos los participantes de cada equipo en el diseño y/o ejecución de la comunicación del proyecto puntual y, finalmente, definir con ello la aprobación.

Certificación

Certificado tipo diploma con carta adjunta detallando programa desarrollado y



valoración del desempeño de los participantes del curso.

Bibliografía

Esmoris, Manuel. (2009). Cultura: artes, patrimonio y tradiciones. Gestión cultural: una profesión de servicio. Cuadernos de CLAEH.

En <http://publicaciones.claeh.edu.uy/index.php/cclaeh/article/view/9/9>

Martinell, Alfons. (2009) Las interacciones en la profesionalización en gestión cultural. Cuadernos del CLAEH.

En <http://publicaciones.claeh.edu.uy/index.php/cclaeh/article/view/13/13>

Barbero, Jesús. (año). La comunicación en la gestión de la cultura. En: <https://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/83/Unknown%20-%20La%20comunicaci%C3%B3n%20en%20la%20gesti%C3%B3n%20de%20la%20cultura.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Puig, Toni. Manual de comunicación cultural. En: <https://www.tonipuig.com/assets/5-manual-de-comunicaci%C3%B3n-cultural.pdf>

Rivandeira, Raúl. (1997). Comunicación y Cultura. Revista Ciencia y Cultura. En:

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-3323199700200010

García Canclini, Néstor. Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización", Edit.Grijalbo, México D.F., México, 1995.

Achugar, H, Rapettis, S. Dominzaín, S. Radakovich, R . Imaginarios y consumo cultural. Ed. Trilce, Mdeo.2003. En: <http://www.trilce.com.uy/pdf/imaginarios-y-consumo-cultural.pdf>

García Canclini, Néstor. El consumo cultural, una propuesta teórica. En: Sunkel, G. El consumo cultural en América Latina, Convenio Andrés Bello, Bogotá, 2006 pp. 26-49. En: http://books.google.com.uy/booksid=js9eKdJbyREC&pg=PA270&lpg=PA270&dq=el+consumo+cultural+en+america+latina+sunkel+libro&source=bl&ots=XakN_piolh&sig=InUY-qPmWx45fvokKuh0NcqTE9s&hl=es&sa=X&ei=sx5sU

[9XtEufKsQSQ_oLwAw&redir_esc=y#v=onepage&q=el%20consumo%20cultural%20en%20america%20latina%20sunkel%20libro&f=false](#)