

U.T.2.- Diseño de programaciones culturales.



Materiales formativos de FP Online propiedad del Ministerio de Educación y Formación Profesional.

[Aviso Legal](#)

1. Análisis del marco conceptual de la gestión cultural.

La **cultura** como bien común puesto a disposición de la ciudadanía es un resultado del **estado de bienestar**. Su gestión se ha hecho necesaria, pero se incorporó con retraso a las políticas públicas y a las estrategias privadas, por lo que su normalización no ha sido completa. Ante los retos de la mundialización y el neoliberalismo la gestión cultural es un campo profesional abierto a reflexión sobre su praxis y sus objetivos.

La **digitalización** de la vida económica y laboral está cambiando los conceptos de productividad, de puesto de trabajo, de empleo propiamente dicho, la percepción del sistema social e incluso la de estructura económica, a partir de la generación y obtención de crecientes beneficios sobre bases estrictamente virtuales. Sin duda las llamadas «redes sociales» son el paradigma proverbial de enriquecimiento sin producción, de negocio sin producto y, lo que es más inquietante, paradigma de mentalidad participativa sin objeto u objetivos organizados.

Ya Keynes y Schumpeter, cada uno en su momento pero ambos antes de 1960, advirtieron de los efectos de la tecnología en la destrucción de empleo y de su dudosa capacidad para reponerlos con otros nuevos; pero además de eso lo que ahora las TIC nos están proponiendo es una idea de libertad capaz de prescindir del aprendizaje, del conocimiento en suma, pese a reivindicarse como cima de la evolución de éste.

La cultura y su gestión de exploración de un contexto humanista ubica al hombre en el centro de las cosas, aun asumiendo el problema de dilucidar qué implica el humanismo en los tiempos digitales en los que vivimos.

La **gestión cultural** adquiere una gran importancia a partir de una diversidad de hechos como son: su supuesta aceptación social cada vez más amplia, el número considerable de personas que ejercen profesionalmente en este ámbito, las políticas que confían en este sector para su aplicación, el impacto económico y social que la cultura y su gestión innegablemente generan y, además, por referirse a un ámbito, el de la propia cultura, que está en la médula espinal de nuestras sociedades.

La **gestión cultural** responde a las exigencias que en forma de demandas más o menos explícita tienen los territorios. Obviamente se refieren a las exigencias de tipo cultural.

La gestión cultural debe responder a las exigencias de los creadores y de los proyectos creativos en la medida que la creatividad artística es la materia prima de la cultura.

El núcleo de la gestión cultural lo constituye la labor de mediación entre territorio y proyectos artísticos, culturales o creativos. Confrontarlos, consensuarlos, compatibilizarlos y mostrarlos son tareas esenciales de la GC.

La gestión cultural labora para la sociedad y para que la cultura posea un lugar tanto en el espacio público como en las tramas sociales de todo tipo (empresariales, sociales, políticas, participativas, voluntariado, etc.)

Y finalmente, en consonancia con todo lo anterior, la gestión cultural se apoya en herramientas profesionales y en capacidades personales de los profesionales para realizar las tareas que le vienen de lo creativo, lo social y lo territorial.



Citas Para Pensar

"La gestión cultural abarca el conjunto de saberes y de prácticas de gestión en los ámbitos de las artes y la cultura. En tanto que ciencia, la gestión refleja un corpus de teorías, de conocimientos y de métodos prestados de la economía, de las humanidades, de las ciencias sociales, del marketing, de las ciencias de la administración, de las finanzas, etc. La especificidad de la gestión cultural, en el sentido más amplio, remite a la especificidad de un campo (o de un sistema de actividades) y de productos (materiales e inmateriales) así como servicios "que no son mercancías o servicios como los demás"

UNESCO.



Reflexiona

La gestión cultural, como profesión que bebe sus contenidos de diferentes ciencias sociales, ha sufrido lo que hemos denominado invasiones bárbaras.

2. Sociedad de la información y el conocimiento en el marco de la gestión cultural.

Delimitar el espacio de la cultura y de las políticas culturales en relación al conjunto de políticas sociales resulta relevante para conocer el marco de la gestión cultural. Con el término de política cultural nos queremos referir a los soportes institucionales que canalizan tanto la creatividad estética como los estilos colectivos de vida.

Las **políticas culturales** han surgido y se han desarrollado, en la mayoría de países occidentales, a partir de **cuatro grandes principios**:

1. Primero por el valor estratégico de la cultura como difusor de estándares simbólicos y comunicativos.
2. En segundo lugar como base en la que fundamentar las identidades colectivas, y por tanto las identidades de las naciones y de los estados.
3. En tercer lugar, por tener efectos positivos, tanto económicos como sociales, al desarrollar la creatividad, la autoestima y una imagen positiva de las personas y los territorios.
4. Finalmente por la necesidad de preservar el patrimonio colectivo de carácter cultural, histórico o natural.

Necesitamos una revisión del concepto de la **sociedad**, en la línea del reconocimiento del pluralismo cultural de la sociedad, considerándolo como un valor a proteger (y no sólo como algo a tolerar), y ello ha de implicar la presencia de ese pluralismo en la normatividad y en la estructura organizativa de las democracias. Esa política de reconocimiento del pluralismo cultural debería formar parte de los principios, reglas e instituciones de los sistemas democráticos, cada vez más densamente poblados de diversidades culturales de todo tipo.

Todas las comunidades sociales son construcciones que surgen de la necesidad que han tenido siempre las personas de vivir en sociedad, porque somos interdependientes. En definitiva la esencia de toda identidad, se basa en el reconocimiento de una potencia común que supera fragmentaciones e incompatibilidades, y reúne voluntades y sentimientos para moverse en una dirección más o menos común. Las democracias del futuro tienen una de sus pruebas más decisivas en su capacidad de contener a sociedades cada vez más plurales.

Las nuevas políticas culturales deben facilitar la organización de una sociedad que comunique identidades múltiples, utilizando las TIC y la información y comunicación digitalizada que ofrece Internet y las nuevas aplicaciones y herramientas digitales de comunicación en Internet.



Reflexiona

¿Qué relación tienen las políticas culturales con el debate de las identidades?

¿Cuál es la importancia de las políticas culturales para fundamentar los principios básicos de las políticas sociales?

¿Crees que la globalización difumina las diferencias culturales?

3. Elaboración de programaciones de gestión cultural.

Una de las características diferenciales de la **educación no formal** es la carencia de ajustes propios y formalismos de los sistemas oficiales. Esto hace posible una mayor flexibilidad para integrar en su funcionamiento aspectos, elementos, técnicas y medios novedosos. De este modo, el modelo de acción social admite gran variedad de enfoques y adaptaciones a los diferentes objetivos que se pretenden conseguir. La **elaboración de programas y proyectos** en actividades sociales y cultural es un requisito imprescindible para orientar la praxis en esta materia.

En el **ámbito sociocultural** se utilizan a menudo términos susceptibles de interpretaciones diversas que pueden generar confusión. Por ello conviene delimitar el significado de los mismos en el ámbito social:

- ✓ **Plan:** Secuencia ordenada de operaciones que conducen a un objetivo. Declara lo que se quiere conseguir y fija una serie de acciones generales, así como las estrategias y los recursos (**largo plazo**).
- ✓ **Programa:** Documento en el que se explicita el proceso a seguir para lograr objetivos y concretar una línea de acción (**medio plazo**). Entre sus rasgos destacan:
 - ◆ Carácter anticipatorio.
 - ◆ Tiene en cuenta diversos factores que intervienen en la acción socioeducativa.
 - ◆ Implica sucesión sistemática de tareas.
- ✓ **Proyecto:** Unidad operativa donde se especifica qué se va a hacer, cómo y cuándo, para conseguir objetivos en un plazo de tiempo establecido (corto plazo). Rasgos significativos:
 - ◆ Concreta elementos para conseguir objetivos.
 - ◆ Orienta, guía y prepara el camino.
 - ◆ Implica descripción de lo que se quiere conseguir.

Podemos definir a “**Programa**” como el nivel estratégico intermedio entre el plan y proyecto. Sin embargo, en el contexto de la Animación Turística entenderemos por programa como el planning o cuadrante de actividades de una semana de duración.

Veamos su definición más completa:

Se entiende por **programa de animación turística** la serie de actividades que el departamento de animación prevé ofertar a los residentes del establecimiento turístico; presentadas de forma estructurada y organizada por días y horas, normalmente en series de una semana de duración.

Por **contenidos**, según el tipo de actividades que configuren el programa, el programa podrá ser puramente cultural o compaginando actividades educativas, lúdicas o deportivas.

Por **franjas de edad**: Programas infantiles, de adolescentes (juniors), de adultos y de tercera edad (seniors).

Por la **capacidad**: Se contemplan dos posibilidades: una es el programa simple, es decir, que se trata de una rueda semanal de actividades, y los programas paralelos, propios de establecimientos de grandes dimensiones, con muchas instalaciones y un gran número de residentes.

Tratándose de una **empresa pequeña o mediana-pequeña**, con toda seguridad la propuesta consistirá en un **único programa**; es el programa simple, donde las actividades tendrán que ser lo más variadas posible y, evidentemente, también lo más extensas posible (en cuanto al número de actividades se refiere).

En resumen, **el plan** presenta un carácter global, diseña objetivos y metas globales. **El programa** por su parte es más específico ya que fija objetivos y metas más concretas. **El proyecto** es la unidad más concreta y específica de acción.

Planificar es usar procedimientos para introducir organización y racionalidad en la acción, con el propósito

de alcanzar determinados objetivos. La forma de comenzar a organizarnos es dar respuesta a unas determinadas preguntas.

- ✓ QUÉ se quiere hacer: Naturaleza del proyecto.
- ✓ POR QUÉ se quiere hacer: Origen y fundamentación.
- ✓ PARA QUÉ se quiere hacer: Objetivos, propósitos.
- ✓ CUÁNTO se quiere hacer: Metas.
- ✓ DÓNDE se quiere hacer: Localización física (ubicación en el espacio).
- ✓ CÓMO se va hacer: Actividades y tareas. Metodología.
- ✓ CUÁNDO se va hacer: Calendario o cronograma.
- ✓ A QUIÉNES va dirigido: Destinatarios o beneficiarios.
- ✓ QUIÉNES lo van hacer: Recursos humanos.
- ✓ CON QUÉ se va hacer: Recursos materiales y recursos financieros.

Las **Agendas culturales** muestran la programación de actividades culturales de una entidad o localidad en un periodo temporal determinado.



Recomendación

En el siguiente enlace puedes ver la **Agenda cultural** de Castilla y León y de Palencia con exposiciones, talleres, recorridos turísticos, monumentales, actividades artísticas, etc.

[Agenda cultural de Castilla y León.](#)

[Agenda de ocio y cultura de Palencia.](#)

4. Análisis de proyectos y organizaciones culturales.

Los proyectos culturales pueden ser muy diversos y variados, tanto en sus objetivos como en su metodología; ahora bien, todos ellos tienen algo en común que los identifica como proyectos. El proyecto es un avance anticipado de las acciones a realizar para conseguir unos determinados objetivos.

Un proyecto puede tener una o más de una finalidad, pero es aconsejable que no tenga muchas para no dispersar el esfuerzo en una multitud de orientaciones. Como objetivo que es, la finalidad se expresa en positivo, de manera clara aunque aquí se trata más de una declaración de intenciones que de la definición de resultados.

La **finalidad** de un proyecto se mantiene en el tiempo y puede ser compartida por otros proyectos que, reforzándose entre ellos, ayudan a avanzar mejor en su alcance. Como gran propósito general puede ser que nunca se logre alcanzar la finalidad, pero ayuda al equipo, al proyecto y a los interlocutores a trabajar. Sirve muy bien como instrumento motivacional del equipo y para comunicar el proyecto a la sociedad.

Un proyecto necesita conocer bien la **realidad territorial** en la que se va a desarrollar, entendiendo por ello su contexto social, con sus condicionantes socio-demográficos, elementos históricos e identitarios, sus valores, sus recursos, su perspectiva de futuro, etc. Este conocimiento de la comunidad a la que llamamos territorio que va más allá, ahora, del grupo de público destinatario concreto de nuestra propuesta. Este territorio suele ser un barrio, una ciudad, una región, un país, o una combinación de ellos. Incluso los proyectos virtuales tienen un "territorio" virtual: la comunidad de Internet o el ciberespacio que debemos conocer como un territorio virtual.

Los **proyectos de la administración pública** suelen circunscribirse a los territorios administrativos. Los de las asociaciones y, sobre todo, los de la empresa privada, tienen límites territoriales más abiertos. La información para entender este capítulo suele encontrarse en los centros de estadística, la propia administración pública pero también en estudios hechos por la universidad, fundaciones, centros de estudio, así como en libros y otros documentos ya publicados, etc.

De la misma manera que todo proyecto se inserta en un territorio determinado, también se desarrolla en algún sector determinado de la cultura. En ocasiones queda muy claro cuál es ese sector: artes escénicas, música, artes visuales, patrimonio, cultura tradicional y popular, etc. pero en otras, el sector específico no es de los más habituales de las artes y el patrimonio, y se hace más difícil de definir por tratarse de sectores emergentes, colaterales o muy nuevos: industrias creativas, cooperación internacional, gastronomía o educación por citar algunos.

Proyectar implica partir de una realidad actual para llegar a otra realidad que sólo es potencialmente posible. Por tanto, el proyecto, debe analizar a fondo el estado actual del sector cultural concreto, para que las propuestas que se hagan posteriormente estén lo más adecuadas posible a su realidad sectorial.

Agentes, políticas, planes, programas, equipamientos, otros proyectos y propuestas, existen ya en el entorno en el que se va a llevar a cabo el proyecto. Habrá que tenerlos en cuenta y, si interesa, interactuar con algunos de ellos.

El objetivo es aprovechar los recursos que ya existen (un plan estratégico, una conmemoración, unos programas que ya se aplican, unos espacios a nuestra disposición, etc.), para "encajar" nuestro proyecto, para sumar fuerzas y multiplicar resultados. Un proyecto bien enmarcado en una política existente tendrá muchas más posibilidades de ser aprobado, aceptado, apoyado y financiado.

El proyecto sociocultural requiere:

- ✓ Análisis serio y riguroso sobre aquel problema concreto que pretendemos mejorar.
- ✓ Originalidad y creatividad en la elaboración del proyecto intentando responder a necesidades

concretas.

- ✓ Apertura y flexibilidad en su aplicación.
- ✓ Seleccionar un problema concreto que presente una solución viable, aunque sea difícil.
- ✓ Tomar conciencia de las múltiples necesidades existentes y de las situaciones problemáticas
- ✓ Elaborar un diseño lo más completo posible, sistemático y reflexivo, científico.
- ✓ Partir siempre de la práctica, desde la óptica de quién vive el problema y de cómo lo vive.

En el siguiente esquema simplifica el flujo de entrada y salida de información en la realización de un proyecto.



Es cierto que en tus comienzos **realizar un programa de animación** no será una tarea para ti, pero sí puede llegar a serlo si te conviertes en responsable del departamento de animación.

Mientras ese momento llega, conocer las **pautas para crear un programa de animación** te permitirá poder hacer propuestas de actividades lógicas y razonadas. Vamos a ello:

1. Realizar un diagnóstico.

- ✓ **Estudiar el entorno, los recursos físicos, la tipología de usuarios y los recursos humanos.** Además se tendrá que saber si en la empresa ha habido algunas experiencias previas con la animación turística y cuáles fueron sus resultados. Debemos poner en orden la información recopilada, analizarla y resumirla, tomando conciencia de cuáles son los puntos clave y las exigencias de cada una de las partes. Se ha de redactar las conclusiones confeccionando una lista definitiva y ordenada de todo lo que se tendrá que tener en cuenta durante el proceso de creación del programa.

2. **Planificación.** Determinación de los objetivos y metas. La Planificación es un proceso de toma de decisiones para alcanzar un futuro deseado, teniendo en cuenta la situación actual y los factores internos y externos que pueden influir en el logro de los objetivos.

3. Programación con la creación del programa.

- ✓ **HORAS:** Debes recordar que los horarios dependerán de los que tenga marcados previamente el restaurante, y que el número de actividades de cada una de las franjas dependerá en gran medida del número de animadores con que cuente el departamento.
- ✓ **DÍAS:** El próximo paso será colocar el día de cambio que se haya decidido (en función del diagnóstico hecho). Recuerda que el día de cambio coincide con el día de máxima llegada de clientes, generalmente marcado por los touroperadores.
- ✓ **Definido el día de cambio,** ya se puede pasar a marcar en la planificación los días libres de cada uno de los animadores.


4. **Ejecución del proyecto.**

5. **Evaluación del proyecto.**



Para saber más

En el siguiente enlace puedes ver un enlace sobre el diseño de programas de ASC:

 [Diseño de programas de ASC.](#)

5. Instrumentos para la gestión de la cultura a través de las TIC.

Es importante resaltar que en el sector de la cultura no existe un método único ni estandarizado para diseñar un proyecto, como sí pasa en otros sectores en los que la metodología está mucho más estandarizada y protocolizada. Cada sector, agente, institución, equipo o persona tiene su manera, su estilo y hasta su terminología. Esto no implica que no exista un conjunto de aspectos más o menos compartidos que cada quien deberá saber aplicar según las condiciones en las que se desarrolle su trabajo.



Para empezar a concretar lo comentado hasta ahora, sin olvidar que es una propuesta, presentamos la estructura de lo que puede ser un proyecto cultural con, básicamente, 3 grandes bloques:

1. **El contexto o entorno:** ayuda a entender la realidad en la que se va a intervenir. Este bloque es básico para conocer la realidad en la que se enmarca el proyecto, para así poder hacer las propuestas adecuadas. Se trata de textos de estudio y análisis, no de toma de decisiones.
2. **La definición o conceptualización:** muestra en detalle la propuesta de intervención.
3. **La producción y/o gestión:** define la planificación necesaria para aplicar el proyecto.

I. Bases Contextuales del Proyecto

1. Finalidades.
2. Dinámica Territorial.
3. Dinámica Sectorial.
4. Encuadre en el Contexto de Otras Políticas.
5. Origen-Antecedentes.
6. Análisis Interno de la Organización Gestora.

II. Definición del Proyecto

7. Destinatarios.
8. Objetivos y Previsión de Evaluación.
9. Contenidos.
10. Líneas Estratégicas.
11. Acción.
12. Modelos de Gestión.

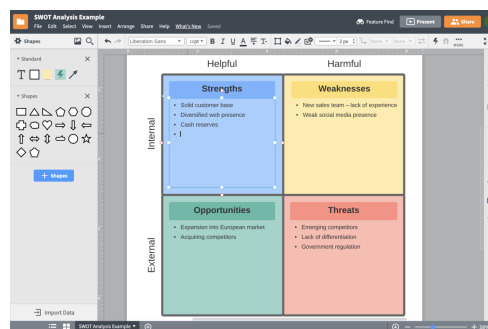
III. Producción del Proyecto

13. Planificación de la Producción.
14. Estructura Organizativa y de Recursos Humanos.
15. Plan de Comunicación y marketing.
16. Requisitos Infraestructurales y Técnicos.
17. Aspectos Administrativos y Jurídicos.
18. Gestión Económica y Financiera.
19. Otros Factores.
20. Proceso de Evaluación.

6. Importancia de las TIC en la gestión cultural.

Existen muchas herramientas TIC útiles en la gestión de la cultura de diferente tipología y que pueden ser complementarias:


1. Las primeras intentan determinar **cómo está el entorno en el que intervenimos**, es decir en qué terreno de juego vamos a actuar. Hacer un diagnóstico territorial: Un mapeo puede estar dirigido a diagnosticar el panorama existente en un territorio en concreto sobre el que desarrollaremos nuestra acción, es decir, una ciudad, una provincia, una región, un país, etc. En este sentido, hablamos de "dibujar" o de cartografiar o mapear y para ello se pueden utilizar herramientas versátiles que permiten crear mapas, recorridos y hasta geojuegos en flash a partir de las referencias cartográficas proporcionadas por fuentes como Bing o Google, Click2Map, EZ Map, GmapGIS, mapchart, PixelMap Generator, Animaps, MyHistro, HistoryPin, Unmapper, etc.
2. Utilización de herramientas de **bases de datos** para recopilar diferente tipo de información como paquetes suite de ofimática como Access de Microsoft Office o Apache OpenOffice Base de OpenOffice, etc.
3. Las otras intentan analizar, determinar la situación en la que se encuentra la organización/entidad /proyecto de gestión cultural. Para eso, la técnica más socorrida es el análisis DAFO (también FODA, según el orden de las siglas, o SWOT en inglés). Es un análisis, dicho de algún modo, interno, aunque ello no impide que intentemos en ocasiones tener una visión exterior. Existen herramientas TIC para crear una matriz y diagrama DAFO como Lucidchart.



Para saber más

En el siguiente enlace puedes ver una herramienta TIC para crear mapas:

 [Click2Map](#)

 [Lucidchart.](#)

Anexo. Licencia de recursos.

Ningún recurso de fuentes externas que requiera citar explícitamente sus datos de licencia ha sido usado en esta unidad, por lo que este anexo queda vacío. Todos los recursos utilizados, de fuentes internas, se acogen al Aviso Legal de la plataforma.