

2014-2015

Subdirección de
Programas Formativos
en Administración Local

[ITINERARIO DE ESPECIALISTA EN GESTIÓN CULTURAL]

Guía didáctica del alumno

Índice

1.	BIENVENIDA.....	4
2.	LA INSTITUCIÓN Y LOS ITINERARIOS FORMATIVOS.....	4
3.	METODOLOGÍA.....	5
4.	CURSO DE ESPECIALISTA EN GESTIÓN CULTURAL	5
4.1.	<i>Dirección y coordinación del programa</i>	<i>5</i>
4.2.	<i>Fechas, horarios y lugar de celebración</i>	<i>5</i>
4.3.	<i>Objetivo general del programa.....</i>	<i>6</i>
4.4.	<i>Contenidos del programa</i>	<i>6</i>
4.5.	<i>Profesorado.....</i>	<i>9</i>
4.6.	<i>Sistema de evaluación del profesorado y de la organización.....</i>	<i>12</i>

1. BIENVENIDA

La formación específica en nuestro país en materia de gestión cultural viene determinada, ante la escasa oferta de una titulación de grado, por la existencia de una oferta variable de estudios de postgrado y máster relativamente reciente. Esa es la razón por la que un gran número de profesionales del sector cultural viene desarrollando sus funciones en base a la experiencia adquirida a través de la práctica.

La importancia de la figura del gestor cultural se ha puesto especialmente de manifiesto en los últimos treinta años. En dicho periodo las transformaciones sociales, culturales, políticas, económicas y tecnológicas han sido constantes, y los profesionales del sector han ido adaptándose a esos cambios de escenario.

A pesar de la relevancia de su labor, de la importancia de los servicios y equipamientos culturales gestionados y del peso que el sector cultural tiene en el PIB del país, la gestión cultural aún se encuentra en fase de profesionalización y de consolidación de su reconocimiento social. A este panorama es preciso añadir que el sector privado es de especial trascendencia, ya que supone casi un 40 % del total, por lo que es precisa la generación de herramientas que profundicen en la interacción entre lo público y lo privado.

Por ello, con un carácter que combina lo teórico y lo práctico, lo presencial y la formación on line, se ha diseñado este itinerario de **Especialista en Gestión Cultural** que persigue promover la continua formación de estos profesionales en el ámbito de las administraciones públicas con especial incidencia en la administración local.

2. LA INSTITUCIÓN Y LOS ITINERARIOS FORMATIVOS

El Instituto Nacional de Administración Pública (INAP) en su oferta formativa para 2014, continúa con la actualización permanente de los conocimientos y capacidades de los empleados públicos de las administraciones, garantizando el derecho a la formación continua recogida en el Estatuto Básico del Empleado Público.

En esta línea de acción la Subdirección de Programas Formativos en Administración Local ha puesto en marcha **el proyecto de itinerarios formativos** con el que pretende profesionalizar las diversas labores que desarrollan los empleados públicos locales para mejorar la calidad de vida de los vecinos, propiciar la cohesión social y una democracia de alta calidad.

Su carácter innovador con respecto a otras acciones formativas anteriormente diseñadas responde al hecho de que estos itinerarios, aunque programados como acciones formativas independientes entre sí, permiten obtener una vez realizado el programa completo y superada la fase de evaluación la acreditación de especialista en el área concreta que se trate.

Con el objetivo de compatibilizar el seguimiento del itinerario con el puesto de trabajo se ha previsto que el alumno pueda cursarlo a lo largo de un año o dos, eligiendo qué acciones formativas realiza cada año. Además tienen un elevado componente *online*, que elimina los desplazamientos.

Los itinerarios formativos incorporan la metodología práctica consolidada por el INAP por lo que el alumno deberá diseñar un plan o acción de mejora aplicable a la Administración local en la que presta sus servicios, lo que en última instancia redundará en beneficio de la misma.

La oferta formativa de este año incluye ocho itinerarios entre los que se encuentra el de Especialista en Gestión Cultural.

Los interesados en este itinerario (empleados públicos locales, que prestan servicio en áreas de responsabilidad relativas a la gestión cultural) podrán inscribirse de forma gratuita de los módulos que deseen cursar en la página web del INAP <http://www.inap.es/itinerarios-fl>

3. METODOLOGÍA

La programación del itinerario incluye jornadas presenciales en la sede del INAP, C/ Atocha 106, Madrid, formación *online* a través de la plataforma Moodle y foros virtuales. Con un total de 250 h.l., 125 h.l se impartirán de forma presencial y 125 serán no presenciales.

Desde el punto de vista metodológico, el curso se configura en base a la realización de seis módulos que abarcan contenidos de Dirección Estratégica, Economía de la Cultura, Comunicación y Marketing Culturales, Financiación de la Cultura y un módulo inicial de Introducción a la Gestión Cultural y al Perfil profesional del gestor en los que:

- Se aportará la documentación comprensiva del contenido de la materia correspondiente.
- Se celebrarán sesiones presenciales en las que se expondrán los aspectos conceptuales y las bases metodológicas que faciliten la aplicación práctica de los conocimientos y/o técnicas que deben ser adquiridos.
- Asimismo, y en la modalidad *online* se llevará a cabo la lectura previa sobre el contenido general o aspectos concretos del módulo correspondiente, la participación en el foro de comprensión, el estudio/resolución de un supuesto, ejercicio o planteamiento práctico que se formule por el/los ponente/s del módulo respectivo y finalmente, si así se estima necesario, la realización de un test sobre los contenidos impartidos.
- El curso finaliza con la presentación y defensa de un plan de mejora, elaborado desde una visión que permita su desarrollo o ejecución en la entidad local correspondiente.

4. CURSO DE ESPECIALISTA EN GESTIÓN CULTURAL

4.1. Dirección y coordinación del programa

La dirección del programa estará bajo la tutela de la Jefe de área de la Subdirección de Programas Formativos en Administración Local, Paz Martínez.

La coordinación global del curso la llevará a cabo Carmen Pico, Coordinadora de Comisiones Artísticas y Comunicación de La Red Española de Teatros, Auditorios, Circuitos y Festivales de titularidad pública, en colaboración con otros profesionales del mundo de la gestión cultural, quienes participarán como tutores y profesores a lo largo de toda la formación.

4.2. Fechas, horarios y lugar de celebración

Mes	Curso	Presencial	Online
Noviembre 2014	La gestión cultural y el perfil profesional del gestor cultural (C1)	15 horas 3 y 4 de noviembre	15 horas
Enero 2015	Dirección estratégica y diseño organizativo en las organizaciones culturales (C2) Primera parte	15 horas	10 horas
Febrero 2015	Dirección estratégica y diseño organizativo en las organizaciones culturales (C2) Segunda parte	15 horas	10 horas
Marzo 2015	Comunicación cultural (C3)	20 horas	10 horas
Abril 2015	Marketing cultural (C4)	15 horas	10 horas
Mayo 2015	Economía de la cultura (C5)	15 horas	10 horas
Junio 2015	Financiación pública y privada de la cultura. El Fundraising (C6)	15 horas	10 horas
Noviembre 2015	Planes de mejora	15 horas	50 horas

Horario y lugar de celebración. Las clases se impartirán lunes y martes en horario de mañana y tarde (9,00 a 18,00 horas) en el sede del INAP C/ Atocha 106, Madrid

4.3. Objetivo general del programa

El **principal objetivo** es potenciar las capacidades de los empleados públicos en el ámbito de la gestión cultural de las administraciones públicas especialmente en el caso de las entidades locales, mediante la adquisición de conocimientos y habilidades necesarias para el desarrollo de sus funciones.

Como **Objetivos concretos** destacan:

- Proporcionar instrumentos de gestión especializados en materia de dirección estratégica, marketing, comunicación y financiación de la cultura
- Activar la creatividad y el pensamiento innovador, necesarios para generar proyectos de interés para la comunidad, atendiendo a la complejidad de la sociedad contemporánea.
- Incrementar la potencialidad del sector público para asumir los retos futuros de financiación de la cultura.
- Impulsar la especialización profesional.
- Favorecer el intercambio de conocimientos entre los empleados públicos de distintas entidades.

4.4. Contenidos del programa

C1.- La gestión cultural y el perfil profesional del gestor cultural (2014).

Objetivo pedagógico: analizar y debatir el papel del gestor cultural en las entidades locales, como mediador entre el arte y la cultura y los destinatarios. Definir fórmulas de participación ciudadana. Profundizar en los perfiles profesionales y en el panorama actual de la profesión en el ámbito público y privado.

- El concepto de cultura y de gestión cultural
- La profesión del gestor cultural. Ámbito de actuación. Perfil profesional: Competencias y habilidades. La necesidad de profesionalización y de formación. Deontología profesional. ¿Dirección artística o gerencia?
- El derecho a la cultura. Conceptos de accesibilidad y de participación ciudadana. El rol del gestor como mediador entre el arte, la cultura y sus destinatarios.
- Cultura y territorio.
- Internalización. Pautas para al elaboración de proyectos en el marco del programa Europa Creativa

Horas lectivas: 30 horas 15 presenciales y 15 *online*

C2.- Dirección estratégica y diseño organizativo en las organizaciones culturales

Objetivo pedagógico: aportar instrumentos de análisis para la toma de decisiones. Conocimiento de la formulación de objetivos y evaluación de resultados. Definición de diseño organizativo y de recursos humanos ligados a la consecución de la estrategia de la entidad.

- Concepto de estrategia.
- El análisis estratégico. Misión, Visión y Objetivos estratégicos. Análisis interno y externo.
- La formulación estratégica. Diseño de estrategias.
- Selección e implantación de estrategias.
- Control de eficacia. Identificación de indicadores de resultados.
- Casos prácticos de Planes Estratégicos en entidades culturales.
- Concepto de estructura y diseño organizativos. Su relación con la estrategia de la organización.
- Formas organizativas básicas.
- Conceptos generales en la dirección de Recursos Humanos. Análisis de puestos y competencias.

Horas lectivas: 50 horas: 30 presenciales y 20 *online*

C3.- Comunicación cultural

Objetivo pedagógico: Obtener conocimientos para la elaboración de los planes de comunicación y para una correcta gestión de la comunicación, en coherencia con los recursos disponibles y con los objetivos estratégicos.

- La relación entre Cultura y Comunicación en las organizaciones culturales.
- El Plan de Comunicación y la estrategia organizativa. El posicionamiento comunicativo en relación con la Misión, Visión y Objetivos.
- Estudio y determinación de los diferentes públicos de la organización.

- Elaboración de ejes y mensajes comunicativos.
- Análisis de Planes de Comunicación de organizaciones culturales
- El diseño al servicio de la estrategia de comunicación. Soportes comunicativos y la publicidad en la administración local.
- Los medios de comunicación de masas, las redes sociales y los nuevos creadores de opinión.
- La labor del gabinete de prensa de la organización.
- Comunicación interna.

Horas lectivas: 30 horas: 20 presenciales y 10 *online*

C4.- Marketing cultural

Objetivo pedagógico: Aproximación a los fundamentos del marketing y su aplicación al sector cultural, con especial atención a las herramientas del marketing relacional y a la maximización de la satisfacción de los usuarios de los servicios culturales.

- El marketing cultural.
- Variables y Plan de Marketing.
- El marketing relacional en las organizaciones culturales. Gestión de relaciones con los usuarios (GCR).
- Gestión de los diferentes públicos: Socios, amigos de la entidad, abonados, usuarios ocasionales. Segmentación y bases de datos.
- Creación de programas de fidelización. Análisis de ejemplos.
- Venta de entradas online. Ticketing

Horas lectivas: 25 horas:15 presenciales y 10 *online*

C5.- Economía de la cultura

Objetivo pedagógico: Acercamiento al fenómeno cultural desde la perspectiva del análisis económico. Comprensión de los fundamentos económicos en la producción de bienes culturales, sus características específicas, la conducta de los consumidores, los procesos de toma de decisiones por parte de autoridades públicas, las ventajas de los diversos tipos de financiación o la relación recíproca entre los eventos culturales y el entorno socioeconómico en el que tienen lugar.

- Economía y Cultura. La importancia del sector cultural en la economía de un país. El caso de España.
- El Mercado y la Cultura. Ventajas y fallos del mercado cultural. Instrumentos de intervención del sector público.
- La oferta y la demanda cultural. Las decisiones de los consumidores. Elasticidad de la demanda cultural. Políticas de precios. Política económica.
- Producción y costes en el sector cultural. La “enfermedad de los costes”.
- El comportamiento de las empresas e instituciones culturales. Objetivos artísticos y financieros. Estructuras de mercado. Instituciones no lucrativas y modelos de agencia. Contratos y mercado de trabajo.

Horas lectivas: 25 horas: 15 horas presenciales y 10 *online*

C6.- Financiación pública y privada de la cultura. El Fundraising.

Objetivo pedagógico: análisis de las diferentes formas de financiación de la cultura y del marco legal de las donaciones y del patrocinio. Acercamiento a las técnicas de captación de recursos privados. Estudio de casos prácticos y elaboración de una propuesta de captación de recursos aplicada a un proyecto concreto.

- La financiación de las artes y la cultura en España. Análisis comparado con países de nuestro entorno cultural.
- El Patrocinio cultural y la Ley de Mecenazgo. Beneficios fiscales para el mecenazgo en la legislación española.
- Convenios de patrocinio entre la administración pública y al empresa privada
- El Fundraising: definición, modelos, claves.
- El Plan Estratégico de Captación de recursos privados para la cultura y en concreto para las instituciones culturales públicas.
- Metodología básica (dossier de patrocinio, contraprestaciones...) y análisis de casos prácticos en el sector cultural.
- Modelos a perseguir: mecenas, grandes patrocinadores, micro patrocinadores y crowdfunding.
- Acciones de comunicación (Relaciones Públicas, Marketing, Merchandising, etc...) de las empresas en relación con los patrocinios.

Horas lectivas: 25 horas: 15 presenciales y 10 online

C7.- Jornada de presentación y evaluación de proyectos

Repasar de manera global los conocimientos adquiridos por los alumnos

- Aportar Feedback sobre los proyectos realizados
- Evaluar los conocimientos adquiridos

4.5. Profesorado

Carmen Pico (Introducción a la gestión cultural)

- Licenciada en Derecho por la Universidad de Oviedo. Máster en Gestión Cultural de Música, Teatro y Danza en la Universidad Complutense de Madrid.
- Actualmente trabaja en La Red Española de Teatros, Auditorios, Circuitos y Festivales de Titularidad Pública, como Coordinadora de Comisiones Artísticas y Comunicación. Con anterioridad en la misma institución ha coordinado el Circuito *Danza a Escena*, promovido por el INAEM.
- Ha creado y dirigido las ocho ediciones del Festival de Teatro y Música *A ver la ballena*, organizado por la Autoridad Portuaria de Gijón.
- Ha trabajado durante siete años en el Departamento de Comunicación del Teatro Jovellanos y Concejalía de Festejos del Ayuntamiento de Gijón. También ha desarrollado otras funciones en dicha entidad para la Fundación Príncipe de Asturias y el Festival Internacional de Cine de

Gijón, así como la dirección de los proyectos culturales *Servicios técnicos y artísticos del espectáculo y Servicios culturales y del espectáculo*, en el marco de los Planes Locales de Empleo del Ayuntamiento de Gijón.

Mateo Feijóo (Introducción a la gestión cultural)

- Licenciado en la RESAD en la especialidad de Interpretación, ha realizado estudios de Regiduría, Producción y Gestión del espectáculo en el Centro de Tecnología del Espectáculo (INAEM). Ha recibido talleres de formación con diferentes maestros, John Wrigh, Rolf Abderhalden, Augusto Fernández, Julia Varley.
- Ha trabajado como actor en diferentes compañías nacionales e internacionales. Como regidor en la Compañía Nacional de Teatro Clásico. Como coordinador del área de Performance en varias ediciones del Festimad. Ha sido Director de tres ediciones del Festival Escena Contemporánea y Asesor Internacional del mismo. Asesor del Centro Coreográfico Galego. Director del Teatro de la Laboral, proyecto escénico enmarcado en La Ciudad de la Cultura de Gijón (Asturias)
- Es curador de Proyectos Internacionales en los Uferstudios de Berlín, Asesor de Teatro en el Consejo Estatal de las Artes del INAEM y forma parte del jurado de selección de proyectos de ayuda a la movilidad de Cimetta Found. Comisario de la exposición The kitchen, Homage to Saint therese de Marina Abramovic, para España. Curator en el programa escénico de la capitalidad Europea de Pilsen 2015. Compagina su labor de programador y comisario con su trabajo como creador y director artístico

Victor Fernández Blanco (Economía de la cultura)

- Doctor en Ciencias Económicas y Profesor Titular de Fundamentos del Análisis Económico del Departamento de Economía de la Universidad de Oviedo. Desarrolla su labor investigadora en el campo de la Economía de la Cultura, en general, y de la industria cinematográfica, en particular.
- Es investigador principal en los proyectos: Estrategias competitivas en la industria cinematográfica española: Distribución y exhibición, adscrito al Subprograma de Investigación Fundamental No Orientada y Regulación y competencia en la industria cinematográfica española
- Autor de numerosos libros y publicaciones sobre gestión cultural y cine

Ruth Enríquez Llorente (Financiación pública y privada de la cultura). Directora y fundadora de PARAPOR

- Licenciada en Bellas Artes por la Universidad Complutense de Madrid, Máster en Gestión del Patrimonio Cultural del Centro Superior de Estudios de Gestión, Análisis y Evaluación de la Universidad Complutense de Madrid y Executive Education de Gestión de instituciones culturales del IESE Business School de la Universidad de Navarra
- Ha sido **Directora de proyectos de la Fabrica**, desarrollando para las entidades más prestigiosas de España los proyectos más punteros: La Casa Encendida de Obra Social Caja Madrid; Krea de Caja Vital; Centro Nacional de Artes Visuales del Ministerio de Cultura; Matadero Madrid del Ayuntamiento de Madrid; Generaciones, Premios y Becas de Arte de Caja Madrid; Getafe Negro, festival de novela policiaca de Madrid del Ayuntamiento de Getafe...

- Actualmente colabora con **AECUMAD** (Asociación de emprendedores culturales y creativos de Madrid) en La Creadora “Incubadora Cultural”, como co-responsable del Pool de expertos. Es profesora del **Magíster en Gestión del Patrimonio Histórico y Cultural** del Centro Superior de Estudios de Gestión de la Universidad Complutense de Madrid donde imparte la sesión de “Fundraising cultural”; del **Curso de Postgrado experto en Gestión Cultural** organizado por La Factoría de Arte y Desarrollo, y la Fundación Picasso Museo Casa Natal, de la asignatura “Gestión de recursos externos y financiación”; y del **Máster Experiencial en Dirección de Marketing para la Industria Creativa** de la Madrid School of Marketing de las materias de “Captación de patrocinadores culturales” y “Emprendimiento cultural”

Roberto Gómez de la Iglesia (Comunicación cultural)

lidera c2+i, organización que impulsa procesos creativos y nuevos ámbitos de relación entre la economía, la cultura y las organizaciones sociales. Una de sus acciones fundamentales es la dirección de la

Plataforma “Conexiones improbables” que impulsa procesos de transformación organizativa e innovación mediante las artes.

Fue promotor, fundador y director de Grupo Xabide durante 25 años (1984-2009) donde dirigió cientos de proyectos culturales, de comunicación y sensibilización pública, de desarrollo de la economía social, el fomento del emprendizaje y la innovación. Además conceptualizó y dirigió, entre 2004-2009, **Divergentes y Disonancias**, plataforma de arte e innovación empresarial reconocida por la U.E. como una de las mejores prácticas en el fomento de la creatividad e innovación en Europa.

Es profesor de “Comunicación e Innovación Cultural” en el Master de Gestión Cultural de la **Univ. Complutense de Madrid** y de “Nuevas formas de relación con el mundo empresarial y patrocinio” en el Postgrado de Comunicación Cultural de la misma Universidad; de “Plan de Comunicación Externa” en el Master en Comunicación Audiovisual, Empresarial e Institucional de la **Univ. de Deusto**, en San Sebastián; de “Clusters, equipamientos y ciudades creativas” en el Postgrado sobre Emprendimientos y Ciudades Creativas de la **Univ. de Córdoba (Argentina)**. Es profesor invitado de las **Universidades de Barcelona, Cádiz, País Vasco** y de otras organizaciones públicas y privadas.

En el campo del desarrollo creativo de organizaciones y territorios ha impartido **conferencias** en muy diversos lugares, como Madrid, Barcelona, Santiago de Compostela, Sevilla, Oporto, Lisboa, Córdoba (Argentina), Sao Paulo (entre ellas el Centro Cultural de España, SESC o CEMEC). **Ha dirigido el Curso Superior de Gestión de Empresas y Organizaciones Culturales** (9 ediciones entre 2000 y 2009) promovido por Grupo Xabide (con reconocimiento de la U. Complutense), dirigido a directivos de entidades culturales siendo además profesor de las áreas de Marco General, Marketing y Comunicación Cultural y Patrocinio. Además ha dirigido o participado en el comité científico de numerosos **seminarios y congresos internacionales** en torno a la gestión y las políticas culturales, los sectores creativos, el desarrollo territorial, la comunicación global, la economía social o el desarrollo de la innovación.

Ha sido director de la colección editorial **Foro de Gestión Cultural** y ha publicado diversos libros sobre gestión cultural, desarrollo o comunicación, entre ellos “Valor, Precio y Coste de la Cultura”, “La Comunicación en la Gestión Cultural”, “Arte, Empresa y Sociedad”, “Los Nuevos Equipamientos Culturales en Europa”, “Acción Pedagógica en Organizaciones Artísticas y Culturales” o “Manual Práctico para la Búsqueda de Patrocinio”.

Algunas de las organizaciones para las que ha trabajado como **consultor** son: Gobierno Vasco, Diputaciones Forales de Álava, Bizkaia y Gipuzkoa, Diputación de Barcelona, Orquesta Sinfónica de

Bilbao, Fundación Joven Orquesta de Euskalherria, ARCO/IFEMA, Ayuntamientos de Vitoria-Gasteiz, Bilbao, San Sebastián, Getxo, Segovia, Granollers, Principado de Asturias, Cabildo Insular de Gran Canaria, Consejo Superior de Cooperativas de Euskadi, Fed. Española de Municipios y Provincias, Ministerio de Cultura, Generalitat de Catalunya, Xunta de Galicia, Generalitat Valenciana, INEM, Fundación ARTIUM, Fundación Osasuna, Baskonia SAD, ING R.E.D., SONAE, Grupo Mondragón, Telefónica, Orbea, Fagor, Uvesco, Tecnalia y una larga lista de entidades públicas y privadas.

Participa activamente en los programas europeos Creative Clash y Training Artists for Innovation, junto a productores de intervenciones artísticas en organizaciones y centros de investigación relacionados de Suecia, Holanda, Dinamarca, Finlandia, Alemania, Bélgica y Francia principalmente.

Otros profesores y ponentes confirmados son:

Robert Muro, , Toni Puig.....

4.6. Sistema de evaluación del profesorado y de la organización.

Cada curso tendrá una evaluación en un baremo de 0 a 10 puntos. Las evaluaciones inferiores a 5 puntos serán calificadas como no aptas.

La evaluación de cada curso tendrá como resultado la puntuación de las actividades evaluativas presenciales y on-line

Los alumnos que hayan superado, en su totalidad, las evaluaciones establecidas por cada curso y quieran obtener la titulación en gestión cultural deberán presentar un trabajo individual que versará sobre la realización de un Plan de Mejora de Gestión aplicable a la organización en la que prestan sus servicios.

Por Resoluciones de este Instituto se establecerán los criterios generales para la realización del trabajo, y se designarán los profesores-tutores para su dirección y orientación.