Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación

Carrera: Tecnicatura Universitaria en Bienes Culturales

Unidad curricular: Herramientas de Gestión y Promoción Cultural II

Área Temática: Eje de formación común

Semestre: Impar

	Cargo	**Nombre**	**Departamento/Sección**
Responsable del curso	Prof. Adj.	Facundo de Almeida	Tecnicatura Un. en Bienes Culturales – Patrimonio - FHUCE
Encargados del curso	Prof. Adj.	Facundo de Almeida	Tecnicatura Un. en Bienes Culturales – Patrimonio - FHUCE

El total de Créditos corresponde a:

Carga horaria presencial	**50 horas**
Trabajos domiciliarios	**SI**
Plataforma EVA	**SI**
Trabajos de campo	**NO**
Monografía	**NO**
Otros (describir)	**NO**
TOTAL DE CRÉDITOS	**10**

Asistencia	**OBLIGATORIA**

Permite exoneración	**SI**

Unidad curricular ofertada como electiva para otros servicios universitarios	**SI**	**Libre**
Unidad curricular tomada como Electiva por otra carrera de la FHCE	**SI**	**Libre**

Forma de evaluación:

Se gana: mediante asistencia obligatoria al 75% de las clases teóricas, más la ejecución de dos prácticos o exámenes parciales vía plataforma EVA, más la asistencia obligatoria a las 2 clases prácticas presenciales. Se exonera: 1. Mediante la ejecución de parciales con nota mínima de 6 promedio total. La nota mínima de los parciales no podrá ser menos de 4. Con nota de 4 o 5 en los dos parciales el estudiante podrá optar por un tercer parcial para promediar la nota más alta con su resultado. Con 3 o 2 en alguno de los parciales se pierde el derecho a exoneración, debiendo promediar un 3 para ganar el curso, con opción a un tercer parcial si una de las notas fuera un 2. Con 1 o faltante de uno de los parciales se pierde el curso.

Conocimientos previos recomendables: Haber cursado Herramientas de Gestión I

FUNDAMENTACION

La gestión de bienes culturales -patrimoniales o no- se ha profesionalizado en las últimas décadas en forma inusitada y, a la vez, se ha ampliado el concepto de bienes históricos y patrimoniales, en consonancia, con las reformulaciones del propio concepto de cultura, cada vez más alejado del decimonónico criterio que la circunscribía a las Bellas Artes, y con el reconocimiento del acceso a la producción y disfrute de los bienes simbólicos como un derecho humano, luego incorporado a la legislación internacional, nacional y local.. La concepción de lo patrimonial, limitado en sus orígenes a los grandes monumentos, sitios históricos u obras excepcionales del arte o colecciones de grandes bibliotecas o museos, reconocidas por una elite como tal, incluye en la actualidad a las obras arquitectónicas en sus diversas expresiones -los conjuntos, las viviendas sociales, el patrimonio industrial, los edificios públicos, el paisaje natural intervenido por el ser humano, los vestigios arqueológicos, e incluso ejemplos de arquitectura espontánea u otras obras cuyo valor radica en su uso pasado o presente y no en sus virtudes estéticas, estilísticas o constructivas-; el arte popular, y en general a todas las manifestaciones de la producción humana que tengan un “valor histórico, estético, etnológico y antropológico” (UNESCO, 1972); y sus expresiones inmateriales asociadas, atribuidas por la comunidad.

Esta ampliación de los conceptos de cultura, patrimonio y bienes patrimoniales provocaron la necesidad de ampliar y profesionalizar las herramientas de gestión, esto es la valoración, protección, preservación, sostenibilidad, difusión y, por qué no, aprovechamiento de estos bienes como un recurso cultural. El objetivo general de este curso es brindar a los futuros Técnicos en Gestión de Bienes patrimoniales el conocimiento para apropiarse los instrumentos de gestión necesarios para planificar, financiar, ejecutar y evaluar proyectos destinados a identificar, registrar, proteger, conservar, promover, comunicar y aprovechar los bienes culturales en beneficio de la comunidad.

OBJETIVOS

El curso Patrimonio I se propone los siguientes objetivos:
Que el alumno:

1. Conozca los instrumentos y herramientas de gestión de bienes culturales.

2. Conozca la estructura de formulación de un proyecto de gestión de bienes culturales y esté familiarizado con su formulación e implementación en lo referido a la gestión de los recursos humanos, técnicos y financieros.
3. Comprenda el concepto de gestión de riesgos y sus fundamentos y aplicación en la gestión de proyectos de gestión de bienes culturales.
4. Conozca los criterios para la identificación, asignación y gestión de recursos y fondos para la implementación de proyectos de gestión de bienes culturales.
5. Identifique los conceptos de planificación e implementación de un Plan de Comunicación de un proyecto de gestión de bienes culturales y su relación con el impacto en los beneficiarios primarios y secundarios.
6. Comprenda los fundamentos y esté capacitado para diseñar instrumentos básicos de evaluación de proyectos de gestión de bienes culturales. 7. Esté en condiciones de realizar una formulación básica de un proyecto de gestión de bienes culturales.

CONTENIDO

Módulo 1. Gestión de la imagen y la comunicación del proyecto. Planificación de la comunicación. Distribución de la información y difusión de las actividades. Informes de rendimiento.

Módulo 2. Gestión de los interesados o stakeholders. Acciones de prensa. Publicidad y marketing. Gestión de recursos relacionales.

Módulo 3. Planificación de recursos: financieros, humanos y materiales. Presupuestos. Plan financiero. Gestión de recursos humanos.

Módulo 4. Fuentes de financiamiento: Generación de recusos propios. Fondos de incentivo cultural. Fondos concursables para la cultura. Fondos internacionales. Fondos no específicamente culturales. Crowdfunding. Fundraising.

Módulo 5. Gestión de riesgos y del cambio. Manejo de la incertidumbre.

BIBLIOGRAFIA
(Esta lista no agota la bibliografía necesaria. Otros títulos y autores se recomendarán durante el curso).

1. AA.VV. (2015). Manual Atalaya de Gestión Cultural en http://atalayagestioncultural.es/bibliografia/

2. AA.VV. (2016). Salirse de la línea. Apuntes para la reflexión en torno a la gestión cultural en Uruguay. Consultado el 29 de marzo de 2018 en: https://biblioteca.articaonline.com/files/original/c80cd62e7839a4c8ab23c7190dbc8de0.pdf

3. AA.VV. (2015). Tercer informe sobre consumo y comportamiento cultural en Uruguay (2014). Consultado el 29 de marzo de 2018 en: http://cultura.mec.gub.uy/innovaportal/file/66060/1/imaginarios_y_consumo_cultural_-_tercer_informe_-_2014.pdf

4. COLBERT, F. (2003). Marketing de las Artes y la Cultura, Ariel Patrimonio, Barcelona.

5. COLOMER VALLICROSA, J. (2014). Estrategias para el desarrollo de públicos culturales. Consultado el 29 de marzo de 2018 en http://atalayagestioncultural.es/capitulo/estrategias-desarrollo-publicos-culturales
6. PADULA PERKINS, J.E. (2015). Aproximaciones a la gestión cultural, Editorial TREA, Gijón.

7. QUERO, Ma. J. (2011). Manual de marketing y comunicación cultural. Consultado el 29 de marzo de 2018 en: http://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO4/Temas/producto44manual-de-marketing-ycomunicacion-cultural_web.pdf?hash=9e2c72f2f6f53a96978123bc55c30a8a&idioma=EU

8. QUERO, Ma. J. (2013). Los públicos de la cultura. Consultado el 29 de marzo de 2018 en: http://www.observatorioatalaya.es/uploads/pdf/19960c3c4293e9b4ae20413abdac86e7f227cbec.pdf

9. SASTRE CANALES, E. (2015). El crowdfunding de recompensa cultural en España. Consultado el 23 de marzo de 2018 en: http://www.gestioncultural.org/ficheros/El_crowdfunding_de_recompensa_cultural_en_Espana.pdf

10. ZUBIRIA, S. (2001). Conceptos básicos de administración y gestión cultural. Cuadernos de Iberoamérica. Madrid: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Madrid.

Año 2018