SEMINARIO DE POSGRADO. DOCENTE: SUSANA ESPINOSA TITULO:

***Gestión Socio-Cultural.***

***Políticas y estrategias para el desarrollo de la educación y de la cultura regional.***

# FUNDAMENTOS

El término Cultura significa etimológicamente “Cultivo” (RAE), pero este significado fue cambiando a lo largo de la historia. Desde el punto de vista antropológico, el concepto moderno de “civilización” se le atribuye a E. B. Taylor en 1871 (Colombres, 2011) según la visión iluminista que caracterizó el pensamiento evolucionista del siglo XIX. Posteriormente, en 1982, la UNESCO definió a la cultura como “el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y creencias”1. Por su parte, el Diccionario de la Lengua Española la describe

como el “conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época”2.

A mediados del siglo pasado comienza a estudiarse al hombre social cuando las investigaciones en psicología y sociología toman en cuenta que la humanidad crea y recrea su sociedad a través de su cultura y que cada cultura regional es en realidad una sub-cultura de la sociedad de todo el planeta.

Aparece entonces la idea de sociedad globalizada tanto política, como cultural y socialmente (“La Aldea Global” plantearía Marshall Mcluhan) definida como la “cultura de la producción”; en ella, los modelos mecanicistas tradicionales de la información, se transforman en nuevas formas de interacción social, que permiten a muchas personas adoptar una posición más crítica y participativa dentro del tejido social, dando paso, incluso, a un reencuentro con las raíces y riquezas culturales de los pueblos que permiten hacer frente a los retos históricos en el corto, mediano y largo plazo.

Estas definiciones abarcan a todas las prácticas realizadas por la humanidad, sin detenerse a establecer los mecanismos de legitimación de las mismas, que las distintas sociedades construyen (Gramsci, 1976).

1 [*http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php*](http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php)

2 [www.rae.es](http://www.rae.es/)

El ser humano desde sus orígenes, crea su entorno, su espacio propio para identificarse, y organiza su experiencia social, mediante prácticas culturales, que legitiman códigos, valores, y normas de convivencia (Itchart et al, 2014). Estas prácticas, construyen un sentido común acerca de quiénes somos (Grimson, 2011). Los seres humanos aprendemos estructuras y vocabularios que nos rodean, aprendemos códigos de comunicación kinésicos y proxémicos a partir de clasificaciones y significados sedimentados, ya que cada ser humano incorpora prácticas, rituales, creencias, significados y los modos de vivenciar, de sufrir e imaginar a lo largo de su vida. (Grimson, 2011).

Por ello, no podemos pensar “lo cultural”, “lo económico” o “lo político” como esferas ontológicas separadas. No existe la cultura como una esfera separada de lo político y económico (Wiliams, 1964). No hay ninguna práctica económica que no sea una práctica de significación. Dentro de este marco, se entiende que la creación de significado y de los discursos reguladores de las prácticas significantes de la sociedad, revelan el papel representado por el poder en la regulación de las actividades cotidianas de las formaciones sociales.

Por otra parte, la llegada de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, permiten incorporar otros tipos de lenguajes que adoptan las nuevas generaciones bautizadas como generación X, generación Y, Nativos Digitales, etc. Respecto a ese tema, García Canclini plantea la necesidad de analizar cómo se desenvuelven los nuevos comportamientos de los lectores y espectadores, formando un equipo interdisciplinario con antropólogos, artistas y comunicólogos con la hipótesis de que las tecnologías digitales y los dispositivos en red crean relaciones sociales más horizontales y flexibles que las establecidas en las últimas décadas del siglo pasado.

Ante estas nuevas modalidades de consumo y producción cultural, algunos autores utilizan el término de “prosumidores” (actores creativos jóvenes que habrían desdibujado las fronteras entre la producción y el consumo cultural). Como lo explica el mismo García Canclini

*Sin duda, está ocurriendo una mutación en el desarrollo de los bienes simbólicos y de las formas de producción, estilos de trabajo y sobrevivencia de los jóvenes no muestra, como vimos, una reestructuración generalizada y homogénea. No es posible englobar los distintos procesos como si fuera el pasaje en bloque a una economía creativa que encolumnaria a todos ni tampoco como la desaparición catastrófica de las industrias culturales y los tipos de comunicación que las volvieron hegemónicas en la segunda mitad del siglo XX*

*Lo que encontramos, en cambio, es que las formas industriales y posindustriales (digitales) de producir y circular bienes y mensajes conviven con hábitos comunitarios antiguos, fonación de nuevas comunidades y tipos de negocio, se combinan los gustos por la cultura masiva con “nuevas” formas de trabajo artesanal, de lo local y trasnacional*3.

3 Garcia Canclini N., Cruces F., y Urteaga Castro Pozo M. (Coord.) (2012), Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales, Ariel, Buenos Aires.

Sumado a eso, la circulación de bienes simbólicos deja huellas en el espacio. La problemática del centralismo cultural no es un fenómeno nuevo de análisis. Esta visión se encarga desde hace siglos de establecer y legitimar entre otras cosas qué es una creación artística, cuáles son los bienes simbólicos que deben circular, y hasta cómo se deben contemplar, para luego establecer redes de dependencia vinculadas al mercado y las industrias.

En ese contexto, en los últimos años, se han conformado nuevos espacios de producción de bienes simbólicos, en sectores periféricos a los centros tradicionales. Podemos encontrar así movimientos teatrales vecinales (Bidegain et. al, 2008), circuitos teatrales periféricos (Fernández Chappo et. al, 2012), lo que Eugenio Barba llama tercer teatro (Barba, 1997), radios, productoras audiovisuales y televisoras comunitarias e independientes (Cicalese et. al, 2010), y diversos movimientos musicales y experiencias que abarcan no solo zonas periféricas, sino también nuevas formas de producción, ya que no compiten con las ya establecidas, sino que incorporan nuevos circuitos, nuevas lógicas, y por lo tanto nuevos contenidos simbólicos.

En este escenario en el que las prácticas culturales reclaman algún tipo de organización por parte del Estado o desde una comunidad o grupo social, la gestión y la promoción cultural y social, como la entendemos hoy en día, son un campo de actuación relativamente reciente. Podríamos afirmar que a pesar de su rápido crecimiento en los últimos años aún está en fase de estructuración y definición.

# OBJETIVOS

* Analizar los aspectos teórico-conceptuales vinculados a la gestión y promoción de las diversas prácticas sociales y culturales.
* Proveer de conocimientos sobre las diferentes opciones metodológicas implicadas en la gestión y promoción de emprendimientos socio culturales, sean producidos por instituciones formales e informales.
* Fomentar el enfoque interdisciplinario y el trabajo colectivo.
* Conocer el marco legal y operativo que contemple las acciones de gestión, promoción y circulación de los bienes y prácticas culturales.
* Adquirir conocimientos sobre las tecnologías y formatos comunicacionales que se usan para la difusión de la cultura y el arte en la actualidad.
* Proveer de conocimientos e idearios sobre la ética en el hacer y en la comunicación de la cultura. (deontología).

# EJES Y CONTENIDOS MÍNIMOS DE LAS MATERIAS:

* **EJE 1: CULTURA Y SOCIEDAD**

# Problemática de la gestión socio-cultural:

Sistemas de organización; el liderazgo; creatividad y psicología de la gestión; el gestor y su relación con el grupo social de pertenencia. Lo estratégico como herramienta.

# Filosofía y Etica de la cultura para la integración

Conceptos de cultura: génesis, gestación, gestar; el yo y el otro en la construcción del “nosotros”; la ética como fuente de la moral social; los valores de la cultura: verdad, solidaridad, identidad, justicia.

# EJE 2: PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN

* **Promoción Socio-Cultural**

La Animación Socio-Cultural; el marco ideológico-político de la animación socio- cultural; el animador como guía, estimulador, promotor de vocaciones sociales y culturales y como agente para descubrir valores culturales identitarios en el ideario latinoamericano

# Comunicación socio-cultural

Nuevas semióticas de la comunicación en los diversos géneros y estilos audiovisuales; Nuevos formatos comunicacionales: de los Mass Media a los Trasmedia.

Qué se dice y cómo se dice de acuerdo al medio transmisor y a las características regionales.

# EJE 3: ARTE Y TECNOLOGÍA

* **Estéticas artísticas de la actualidad**

Los movimientos estéticos surgidos después de las dos guerras mundiales: características discursivas, inclusión de la tecnología como materia primaria. Ciencia, arte y tecnología: encuentros lexicales para producciones colectivas; las performances y las puestas de obras efímeras como formatos artísticos desacralizados.

# Taller de producción artística integral:

Posibles “materias primas” para una propuesta interdisciplinaria: sus interrelaciones. Artes integradas: la construcción semiótica de todos los lenguajes en un lenguaje. La realización colectiva: dinámica de grupo, interacción, integración; *role-playing*; metodologías y procedimientos. Creación de una obra interdisciplinaria colectiva: procedimientos metodológicos

# MODALIDAD DE DICTADO: a distancia

El seminario se desarrollará en base a clases teórico-prácticas. El disertante establecerá sus exposiciones en forma dialógica con los participantes alumnos, acompañando los parlamentos orales con soportes sonoros, visuales, audiovisuales

.

Al finalizar el seminario y como condición para su aprobación, se presentará un proyecto (o programa) de gestión socio-cultural (escrito de no más de 5 páginas). Será entregado en soporte electrónico por medios digitales. Los ejes temáticos y formatos de presentación serán indicados por el docente en forma previa a su realización.

# 4.2 .-CARGA HORARIA:

30 hs cátedra (24 horas reloj)

# 4.3.- MODALIDAD DE DICTADO:

Viernes: 18 a 21 hs / Sábados: 9 a 12 hs.

# 4.4.- DURACIÓN:

1 Mes