



Universidad
de Alcalá

GUÍA DOCENTE

CULTURA Y POLÍTICAS CULTURALES

**Máster Universitario en Gestión Cultural y de
Industrias Creativas**

Universidad de Alcalá

Curso Académico 2018/19

GUÍA DOCENTE

Nombre de la asignatura:	Cultura y políticas culturales
Código:	
Titulación en la que se imparte:	Máster Universitario en Gestión Cultural y de Industrias Creativas
Departamento y Área de Conocimiento:	Historia y Filosofía
Carácter:	Obligatoria
Créditos ECTS:	6
Curso y cuatrimestre:	Primer curso / primer cuatrimestre
Profesorado:	Dr. D. Lauro Olmo Enciso Dr. D. Óscar Navajas Corral
Horario de Tutoría:	
Idioma en el que se imparte:	Castellano

1. PRESENTACIÓN

La profesión de la Gestión Cultural: Introducción al mundo de la gestión cultural. Análisis de las dificultades de la misma (conflictos entre financiadores y financiados; dificultad de establecer políticas de gestión cultural continuadas). Búsqueda de presupuestos y manejo de los mismos. Diagnóstico y evaluación en Gestión Cultural. Los agentes culturales: multivariedad de los agentes culturales hoy. Reconocimiento del amplio abanico de lo que hoy constituye el ámbito de la cultura. Aprendizaje de la búsqueda de nichos de nuevos agentes culturales. Aprendizaje de la revalorización de los agentes culturales tradicionales.

Patrimonio cultural. Cultura y territorios (agenda 21 de la cultura). Intervención y difusión en el Patrimonio Cultural. Gestión de espacios naturales. Proyectos de gestión en conservación y restauración del Patrimonio.

Prerrequisitos y Recomendaciones (si es pertinente)

2. COMPETENCIAS

Competencias genéricas (básicas y generales):

1. CG1 - Ser capaz de situarse en el medio cultural, social, profesional, para para participar en el mundo del trabajo cultural.
2. CG3 - Ser capaz de analizar de modo autónomo las informaciones contenidas en los textos, los discursos y las imágenes.
3. CG4 - Ser capaces de trabajar en grupo, de operar con un alto grado de autonomía y de insertarse rápidamente en los ambientes de trabajo
4. CG5 - Ser capaz de conocer y manejar las principales metodologías de expresión comunicativa
5. CG6 - Ser capaz de conocer y aplicar los métodos y técnicas de análisis de las disciplinas específicas a las relaciones sociales y culturales
6. CG8 - Ser capaz de conocer y comprender las diferentes tipologías de las manifestaciones culturales
7. CG14 - Capacidad para innovar en la transmisión de contenidos culturales
8. CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
9. CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
10. CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
11. CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

Competencias específicas:

1. CE4 - Ser capaz de comprender los procesos de producción, mediación y recepción de las manifestaciones culturales en los diferentes periodos de la historia y sobre todo en nuestro presente

2. CE2 - Ser capaz de conocer y manejar los lenguajes específicos necesarios para la transmisión de la información a los distintos sectores sociales y culturales.
3. CE5 - Ser capaz de conocer los grandes temas de las artes y los procesos de interacción entre ellas y por encima de las fronteras, abriendo así la perspectiva para el diálogo intercultural
4. CE8 - Poseer los conocimientos básicos de las herramientas jurídicas y de la legislación nacional e internacional sobre bienes culturales y naturales.
5. CE10 - Capacidad para poner en marcha y traducir en actuaciones los ejes de las políticas culturales de una institución.
6. CE11 - Capacidad para desarrollar estrategias orientadas a comunicar y difundir eventos culturales.
7. CE14 - Capacidad para conocer y explicar los diferentes tipos de patrimonio cultural.
8. CE17 - Capacidad para gestionar los recursos financieros y la viabilidad empresarial de los proyectos culturales.
9. CE19 - Conocimiento de las herramientas necesarias para la búsqueda de líneas de financiación en la organización de eventos culturales.
10. CE 43 - Que el alumno sea capaz de comprender el marco institucional de la cultura en España, así como la función que corresponde a los poderes públicos en este sector.
11. CE 83 - Capacidad de seguimiento y evaluación de la estrategia de comunicación y difusión.
12. CE9 - Capacidad para desarrollar proyectos y resolver los problemas prácticos de la producción y de la mediación cultural

3. CONTENIDOS

Bloques de contenido (se pueden especificar los temas si se considera necesario)	Total de clases, créditos u horas
BLOQUE I	
<p>Cultura y sociedad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definición y problemática del concepto de cultura • Concepto de política cultural • Democratización de la cultura y democracia cultural • Público, privado y procomún <p>Las Industrias Culturales y Creativas</p> <ul style="list-style-type: none"> • El sector cultural. • Código deontológico y entorno laboral • Los espacios de la cultura 	<ul style="list-style-type: none"> • 1 crédito
<p>Instituciones Culturales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organización territorial del estado y organizaciones culturales • Actores y agentes del sector cultural • Administraciones públicas <p>El Gestor Cultural</p> <ul style="list-style-type: none"> • Habilidades y competencias • Código deontológico y entorno laboral 	<ul style="list-style-type: none"> • 0,5 crédito

<p>Diseño de proyectos culturales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño y contenido de un proyecto cultural. • Metodología de diseño y gestión de proyectos: presentación del proyecto final. • Formulación estratégica y diseño de proyectos • Fases del proceso de planificación • Dirección estratégica • Análisis PEST / PORTER / DAFO de entidades culturales • La Misión y la visión de las empresas culturales • Recursos humanos: gestión del capital humano. • Gestión presupuestaria y financiera. El presupuesto. • La captación de recursos: patrocinio y subvenciones. • Comunicación y difusión de proyectos culturales. • Objetivos y resultados de los proyectos culturales • Evaluación de proyectos culturales • Comunicación patrimonial y cultural. Conservación y difusión preventiva • Programas educativos 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 créditos
<p>Herramientas en la industria y gestión cultural</p> <ul style="list-style-type: none"> • La animación sociocultural • La participación comunitaria en la cultura • Mapeo e inventario comunitario • Multiculturalidad e Interculturalidad <p>Transferencia e innovación cultural</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión y transferencia del conocimiento • Innovación social en la Gestión Cultural • Economía social y colaborativa. 	<ul style="list-style-type: none"> • 0,5 crédito
<p>Museología y modelos de intervención cultural y territorial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Historia de los museos • Concepto y funciones de los museos • Tipos de museos • Proyectos museológicos contemporáneos. Del museo a la franquicia. • La Nueva Museología • La Museología Crítica. 	<ul style="list-style-type: none"> • 1 crédito
<p align="center">BLOQUE II</p>	

Cultura y territorios

- Metodología práctica: políticas y gestión del territorio desde la cultura, la arqueología y la participación.
- Arqueología y Gestión
 - Intervención en el Patrimonio Arqueológico
 - Dirección y Gestión de Proyectos
 - Elaboración del Plan Director y de Gestión

- 1 crédito

Cronograma Bloque I (opcional)

Cultura y sociedad

Subtemas:

- Definición y problemática del concepto de cultura
- Concepto de política cultural
- Democratización de la cultura y democracia cultural
- Público, privado y procomún

Las Industrias Culturales y Creativas

Subtemas:

- El sector cultural.
- Código deontológico y entorno laboral
- Los espacios de la cultura

Desde el nacimiento de los primeros grupos humanos, el ser humano necesitó de su única fuente de singularidad genética con respecto al resto de especies, la capacidad psíquica (psique), para sobrevivir en los diferentes entornos. La traducción pragmática de este proceso de producción, tratado semióticamente por las corrientes antropológicas y humanísticas actuales, son los artefactos. Utensilios que tras diferentes procesos de deconstrucción han posibilitado nuestra existencia hasta el día de hoy.

La diversidad y complejidad de las manifestaciones tangibles e intangibles es lo que nos ha llegado en un frasco de quinta esencia llamado Cultura. La Cultura no es únicamente, por tanto, la compleja manifestación de una comunidad o comunidades por medio de sus tradiciones, costumbres, ritos, creaciones, formas de pensar o formas de actuar y comportarse desde un punto de vista social. La Cultura es el pilar identitario de cualquier sociedad. Dependemos de ella para seguir evolucionando y para reconocernos nuestros semejantes.

El estudio de la cultura y de la evolución del ser humano a partir de la misma es competencia de la Antropología Cultural. La Antropología, como ciencia social, se va a apoyar en un campo multidisciplinar para proporcionar respuestas a las manifestaciones humanas. En su trabajo con lo cultural la antropología nos ofrece un doble camino de investigación y reflexión para el gestor cultural.

Por un lado, el trabajo de campo es una herramienta básica para el antropólogo. Permite tener un contacto directo con el "Otro". El gestor cultural debe tener presente esta forma de trabajo puesto que su profesión le exige estar en continuo

contacto con los fenómenos sociales y culturales. El estudio de ese “Otro” antropológico, conocer sus necesidades e inquietudes, incluso compartirlas en cierta medida, es una de las mejores herramientas para gestionar algo tan delicado como es la cultura.

Por otro lado, la Antropología ofrece una visión global de la cultura o culturas del ser humano. Lejos de la mirada monolítica, el antropólogo analiza y compara desde múltiples perspectivas y utilizando diferentes disciplinas científicas para encontrar las pautas evolutivas correctas de un grupo o grupos sociales. El gestor cultural, por su profesión y su objeto de trabajo, debe ser capaz de atesorar los conocimientos multidisciplinarios adecuados que le permitan esa mirada periférica.

La materia prima con la que desarrolla su trabajo un gestor cultural es la cultura de una sociedad. Se pretende analizar y profundizar en los conceptos de cultura y sociedad realizando especial hincapié en la sociedad contemporánea actual tildada de postmoderna y neobarroca.

El complejo mundo cultural repercute en un innumerable catálogo de manifestaciones culturales. El gestor cultural debe conocer, comprender y potenciar dichas manifestaciones para satisfacer las necesidades de un público plural.

Desde el Patrimonio Cultural, pasando por industrias como la de las Letras, la Música o las artes escénicas, hasta los festejos o la propia idiosincrasia de las calles urbanas serán analizados para entender la apropiación de los lugares y los no-lugares sociales.

Debemos ser conscientes en este punto que la cultura es un bien preciado que jamás se destruye, si no que únicamente se transforma, evoluciona y se adapta a la voluntad de la población. Ésta, la sociedad, es en esencia la que atribuye la cualidad de contingente al término cultura. La cultura es un intangible, abstracto, que necesita de la sociedad para proporcionarle el valor simbólico, lingüístico-antropológico que denominarían Levi-Strauss o Marvin Harris, para el valor formal que todos aceptamos.

La sociedad y la cultura no son entes aislados donde la primera fabrica artefactos que enriquecen y mantienen a la segunda, sino que a éstas se suma el entorno, el Medio en el que se desarrolla. El Espacio Cultural es uno de los conceptos más importantes para comprender la acción de la gestión y el gestor cultural.

El espacio comprende desde la sala de exposiciones, el teatro, la estudio o plató de grabación, a hasta las calles, el distrito, el barrio urbano o el territorio natural. El Espacio Cultural es, en definitiva, el lugar en el que la Cultura cobra vida. El gestor cultural debe ser consciente de esta premisa a la hora de plantear y administrar sus propuestas.

La forma de acercarnos al espacio cultural parte de las premisas del antropólogo Marc Augé y sus teorías de la sobremodernidad y de los no-lugares. El ciudadano, como actor social, tiene la necesidad innata de apropiarse de su entorno, de sentirse pertinente de él. Conocer las posibilidades del mismo es una tarea irrenunciable del gestor cultural. No debemos olvidar que este espacio cultural no responde a

demarcaciones administrativas, sino que, por el contrario, es parte del mapa mental del ciudadano, de su vivencia cotidiana.

Instituciones Culturales

Subtemas:

- Organización territorial del estado y organizaciones culturales
- Actores y agentes del sector cultural
- Administraciones públicas

El Gestor Cultural

Subtemas:

- Habilidades y competencias
- Código deontológico y entorno laboral

Si el concepto de cultura y de sus representaciones puede llegar a ser innumerable tanto por su variedad como por su riqueza es indispensable conocer quién es la persona encargada de coordinar y organizar dichas manifestaciones.

Para el gestor cultural la cultura desde esta perspectiva antropológica es una cualidad evolutiva del ser humano que debe ser administrada y puesta al alcance de todos los ciudadanos.

La gestión y el gestor cultural son poco conocidos en algunos ámbitos de la actividad pública y privada de numerosos gobiernos locales, regionales y estatales pero fundamental en todos ellos. En este epígrafe se tratará de presentar cuál es su ámbito de acción, sus características, sus competencias y su compromiso laboral y social.

La acelerada voracidad de la sobremodernidad ha llegado a confundir la cultura con el negocio. Ocio y cultura parecen unidas no por el libre compromiso de la necesidad de satisfacción del tiempo libre y del afán conocimiento sino dos adjetivos para una industria del consumo postmoderno.

El público, la sociedad, donde entran todas los estratos y niveles sociales, así como los foráneos turistas demandan cultura para contrarrestar la monolítica y lineal rutina diaria.

En esta sesión se pretende analizar cuál es la demanda cultural, cuál es la oferta consumida, cuáles son los competidos directos del consumo cultural y hasta dónde deben llegar las acciones culturales de la gestión y el gestor cultural.

Diseño de proyectos culturales. *Demanda entre la cultura, el ocio y el negocio.*

Subtemas:

- Diseño y contenido de un proyecto cultural.
- Metodología de diseño y gestión de proyectos: presentación del proyecto final.
- Formulación estratégica y diseño de proyectos
- Fases del proceso de planificación
- Dirección estratégica
- Análisis PEST / PORTER / DAFO de entidades culturales
- La Misión y la visión de las empresas culturales
- Recursos humanos: gestión del capital humano.
- Gestión presupuestaria y financiera. El presupuesto. La captación de recursos: patrocinio y subvenciones.
- Comunicación y difusión de proyectos culturales.
- Objetivos y resultados de los proyectos culturales
- Evaluación de proyectos culturales

Si el campo de las manifestaciones culturales es dispar y diverso, y el término Cultura complejo y arbitrario la definición de gestión y gestor cultural no se quedan rezagados de esta cíclica.

En primera instancia la gestión cultural es la correcta administración de recursos culturales con el propósito de ofertar una variada producción y servicios que estén al alcance del mayor número de ciudadanos posible y con la mayor satisfacción para los mismos.

La complejidad de la definición, donde entra el trabajo del gestor, está en conceptos como administración, oferta o satisfacción. Puesto que podemos, y debemos, preguntarnos qué es lo que gestiona, que oferta debe proporcionar y quién o cómo se mide la satisfacción.

En cuanto a la administración el gestor cultural debe poseer conocimientos administrativos y legales que le permitan desenvolverse tanto en el entorno contable de las administraciones públicas y privadas, así como en las posibilidades legales de contratación o de manejo de artefactos o bienes culturales. Los recursos del gestor cultural no son únicamente culturales, sino que son financieros, tecnológico, comerciales y personales. El perfil laboral de un gestor cultural se acerca más a un

profesional de la Administración y Dirección de Empresas con sensibilidad e inquietudes Humanística que al contrario.

Los Recursos (en mayúsculas), la oferta si se prefiere, que maneja en ese plano cultural el gestor se puede clasificar como: los elementos interpretativos y museográficos, obras plásticas, escenografías grabaciones, estudios, escenarios, audiovisuales... y personas (artistas, actores, directores, colaboradores...). Estos recursos son los que demandan del gestor cultural unos conocimientos más humanísticos para el correcto tratamiento de los mismos. La sensibilidad artística, el valor social y la abstracción hacia la simbología de las manifestaciones culturales es una premisa obligatoria para el gestor cultural y que entra plenamente en la formación humanística que posea el gestor.

Por último, la satisfacción es el trabajo a posteriori del gestor. La evaluación, su capacidad para reconocer los fallos y aciertos en la actividad programa. Pero siempre quedará la duda ¿Cómo medir el bienestar de un ciudadano, su satisfacción intelectual, emocional y sensorial?

La definición de gestión y gestor cultural de la Federación Española de Asociaciones de Gestores Culturales (FEAGC) publicado en su Código Deontológico de la Gestión Cultural en el año 2009, consigna:

La Gestión Cultural es un proceso organizativo de promoción e intermediación, que utiliza la eficiente administración de recursos en un determinado contexto para ofertar bienes y servicios culturales, entendiendo:

- 1. La cultura como factor de desarrollo humano en la búsqueda de una vida integral satisfactoria para todas las personas.*
- 2. La cultura como identidad de las comunidades locales, regionales, estatales y globales.*
- 3. La cultura como estímulo del diálogo, la convivencia y la interculturalidad y como principio básico de la dinámica de relaciones ciudadanas.*
- 4. La cultura como creación de valores artísticos y estéticos dentro de un ecosistema cultural amplio, con diversidad de orígenes, agentes y contenidos.*
- 5. La cultura como garante de la diversidad cultural para la sociedad, tan necesaria como la biodiversidad para la naturaleza.*
- 6. La cultura como un derecho indisociable de los derechos humanos.*
- 7. La cultura como valor de conocimiento, comunicación y relación, factores que favorecen el desarrollo humano desde lo local a lo global, permitiendo a las personas estar más preparadas para enfrentarse con los problemas presentes y futuros de forma crítica, creativa, integradora y positiva.*
- 8. La cultura como un conjunto de mecanismos, instrumentos y recursos para garantizar la libertad de expresión intelectual y creativa, creando espacios adecuados para el desarrollo de la misma.*

9. *La cultura como un compromiso con los retos de la sociedad, la convivencia y la paz, la calidad de vida y los derechos humanos, y la defensa del medio ambiente como soporte imprescindible para el desarrollo cultural.*
10. *La cultura como factor de generación de riqueza y desarrollo económico. El desarrollo de las industrias culturales y creativas como contribución a la identidad territorial, la continuidad creativa y la creación de empleo.*
11. *Debemos entender la cultura interrelacionada y transversal con otros ámbitos de la vida social como la educación, el empleo, el medioambiente...*

La acelerada voracidad de la sobremodernidad ha llegado a confundir la cultura con el negocio. Ocio y cultura parecen unidas no por el libre compromiso de la necesidad de satisfacción del tiempo libre y del afán conocimiento, sino que se configuran más como dos adjetivos para una industria del consumo postmoderno.

Pero la realidad es que cultura e industria (negocio) no son opuestos sino complementarios. La cultura, su variado campo de actuación, necesita de una industria que funcione como soporte para administrarla y ponerla al alcance de toda la sociedad. Si bien es cierto que en este “negocio” no se debe olvidar el código ético de la gestión y el gestor cultural al tratar con bienes culturales que toda la población reconoce como propios y público.

Para algunas planificaciones en política cultural el ciudadano se expresa por medio del consumo. La demanda parece tener la decisión del camino a llevar en el marco de la industria del ocio y la cultura. Los indicadores estadísticos del consumo y la demanda de la cultura son óptimos no tanto quizá para continuar una misma línea de trabajo sino para evaluar los objetivos de las mismas. Si bien reflejan el éxito o el fracaso de determinadas actividades o hábitos ocultan, por otro lado, las posibles causas y las líneas alternativas de actuación.

La Industria cultura y la tarea del gestor cultural poseen lo que podríamos denominar *el atractivo del riesgo*. Una exposición de arte contemporáneo, un montaje teatral un concurso de Hip-Hop, un ciclo de conferencias, la edición de un audiovisual, por ejemplo, no son esclavos de pautas de comportamiento estadísticas, sino que dependen del sujeto y de sus competidores.

El sujeto es un ente racional y, al mismo, tiempo subjetivo que busca lo conocido y la innovación. Es un sujeto que evoluciona, que pasa por fases, por edades, consume y practica unos hábitos culturales y posteriormente los desecha o cambia por otros.

La competencia es voraz en el mundo cultural. La decisión de ese sujeto parte por evaluar su momento presente y la satisfacción de unas necesidades concretas. Su estado anímico, laboral, económico y político —en el sentido de compromiso y participación social— puede llevarle a consumir una u otra manifestación cultural. Las necesidades, entendidas como la accesibilidad al recurso, la seguridad, el coste, el tiempo de disfrute, el sentimiento de pertenencia al mismo, la novedad, etc., son variables que influyen en la toma de decisión a la hora de consumir Cultura.

La industria cultural, un término acuñado por dos filósofos de la ciencia como Adorno y Horkheimer, es un sector que incluye la variedad de la edición impresa y multimedia, la producción televisiva y cinematográfica, la industria fonográfica, el diseño, la artesanía, los deportes, las artes plásticas, la participación en el turismo cultural, la producción musical, el montaje expositivo y la dirección y asesoramiento en creación y distribución de dicho sector a niveles nacionales e internacionales.

Este complejo sector “industrial” aporta cerca del 4% del Producto Interior Bruto (PIB) nacional, cerca del 8% del PIB internacional; y en el año 2006 supero en beneficio a la Industria del Automóvil en la Unión Europea. Datos que deben tenerse en cuenta para la potencialización de un sector denostado y mal tratado en líneas generales en un país como España con la mayor diversidad natural y cultural de Europa declarada por la UNESCO. Simplemente estos datos, lejos de ser pesimistas, reflejan que poseemos un sector aún por explorar con un potencial amplio y positivo, pero con una baja cualificación profesional.

Herramientas en la industria y gestión cultural

Subtemas:

- La animación sociocultural
- La participación comunitaria en la cultura
- Mapeo e inventario comunitario
- Multiculturalidad e Interculturalidad

Transferencia e innovación cultural

Subtemas:

- Gestión y transferencia del conocimiento
- Innovación social en la Gestión Cultural
- Economía social y colaborativa.

Las manifestaciones culturales de una sociedad es lo que internacionalmente se considera por la UNESCO como diversidad cultural. Una catalogación que comprende desde la globalidad de expresiones culturales hasta la singularidad de las actividades locales.

Dentro de esta era neobarroca y postindustrial la diversidad cultural permite a la población mundial ser conscientes del binomio local-global que permite alejarnos de una alienación a causa de la globalización. Concretamente nos hace ser conscientes de ciertas pautas de comportamiento comunes culturalmente en toda la Aldea Global y por otro lado respetar y valorar la idiosincrasia de cada parcela social que desarrollado una cultura distinta, diferentes o complementaria; y siempre valorándolo como una aportación más a la riqueza creativa del ser humano.

Estas ideas quedaron reflejadas en la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural, que adoptó la UNESCO en 2001 tras una larga evolución del pensamiento que comenzó tímidamente en la reunión de Río de Janeiro de 1958 y fue afianzándose con la Mesa Redonda de Santiago de Chile de 1972, la Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales en México en 1982 o la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Culturales de Estocolmo en 1998.

En este panorama un documento que ha servido como guía para trabajar con la diversidad cultural ha sido la Agenda 21. *La Agenda 21 de la cultura fue aprobada por ciudades y gobiernos locales de todo el mundo comprometidos con los derechos humanos, la diversidad cultural, la sostenibilidad, la democracia participativa y la generación de condiciones para la paz. Su aprobación tuvo lugar el 8 de mayo de 2004 en Barcelona, por el IV Foro de Autoridades Locales para la Inclusión Social de*

*Porto Alegre, en el marco del primer Foro Universal de las Culturas*¹ La Agenda 21 se puede considerar como uno de los primeros documentos de alcance global que trata específicamente de la Cultura como desarrollo inmerso en las políticas locales.

Esta Agenda es un marco de referencia para tratar la actividad del gestor cultural en temas tan polémicos como la politización de la cultura, la instrumentalización de la misma, el derecho a la cultura y, por supuesto, el deber de contribuir como ciudadano, como gestor, como entidad a su desarrollo.

La Cultura, local o global, para organismo público y privados, y desde un nivel administrativo municipal o supraestatal, posee un triple beneficio.

1. **Beneficio Cultural.** El derecho y el deber a la cultura y sus manifestaciones tiene el privilegio de contribuir con nuevas creaciones que engrosan la riqueza de la misma. El beneficio cultural se logra con la creación cultural, la cual parte del paradigma generacional donde la transmisión y consolidación de las tradiciones se mezcla con las aportaciones de las nuevas creaciones.
2. **Beneficio Social.** La creación y consolidación cultural mencionada anteriormente es parte del estado de bienestar. Acceder y participar del mundo cultural supone mejorar al grupo social en valores y virtudes como el respeto, la tolerancia, la educación la permeabilidad y en la propia evolución de esa sociedad o grupo social.
3. **Beneficio Económico.** La Cultura, en su amplio abanico de expresiones, ofrece la posibilidad de generar recursos materiales económico que van desde la creación de empleos, la activación de nuevos mercados e industrias, o la generación de activos que repercuten en nuevas inversiones culturales (bienes, servicios o infraestructuras) que repercuten directamente en el ciudadano.

Estos beneficios no se encuentran aislados o enfrentados los unos a los otros sino que son complementarios y deben estar siempre presentes en las programaciones culturales. Esto permite, a su vez, que la cultura cumpla con otro de los retos iniciados a finales del siglo XX y buque insignia de este nuevo milenio: la sostenibilidad. Las políticas culturales deben ser sostenibles y sustentables. Es uno de los bienes más preciados que posee el ser humano y más frágiles. Rica, creativa, impredecible y pasional; pero también fácilmente manipulable y aniquilable.

¹ Ciudades y gobiernos locales unidos. comisión de cultura. Agenda 21 de la cultura. Barcelona, 8 de mayo de 2004.

Museología y modelos de intervención cultural y territorial. *Una aproximación a la Nueva Museología.*

Subtemas:

- Historia de los museos
- Concepto y funciones de los museos
- Tipos de museos
- Proyectos museológicos contemporáneos. Del museo a la franquicia.
- La Nueva Museología
- La Museología Crítica.

Dos son actualmente los talones de Aquiles principales en la gestión cultural: la evaluación y la participación. El primero supone la herramienta imprescindible en la calidad de los proyectos desarrollados y en la calidad de las programaciones futuras. El segundo supone el compromiso del ciudadano con su sociedad.

La participación del ciudadano en los procesos de decisión es una tarea obligada desde el punto de vista político. La constitución española en su artículo 23 punto 1 estipula que *los ciudadanos tienen el derecho a participar en los asuntos públicos, directamente o por medio de representantes, libremente elegidos en elecciones periódicas por sufragio universal*. Tanto de forma indirecta (votaciones) o de forma directa el ciudadano, individualmente o en grupo, tiene el derecho y el deber a participar en las decisiones que se tomen en materia de cultura. Y quizá no solo porque sea uno de sus derechos fundamentales sino por que como hemos visto en líneas anteriores la cultura es parte de su identidad, es lo que le identifica como miembro de una comunidad, lo que le hace común al resto y a la vez diferente — interesante— para el resto.

En los años setenta del pasado siglo se forjó una corriente de pensamiento que quiso acercar el patrimonio al público, al habitante como portador simbólico de los objetos culturales de los museos. Las consecuencias de estos pensadores afincados en organismo internacionales fue la ruptura del museo como un edificio para externalizarlo a un territorio dado que la creación cultural y su producción no son exclusivas de los objetos pretéritos del museo, sino que están en la acción viva de la población activa de un lugar. Así no solo se rompía el esquema del edificio sino también del concepto de Patrimonio ampliándolo de la colección a un Patrimonio holístico y de un visitante a un habitante participativo de la institución.

Son numerosas las experiencias que se han ido forjando a lo largo de los últimos sesenta años en este sentido. Haciendo hincapié en las más relevantes podemos mencionar la constitución de una de las disciplinas más influyentes en la práctica patrimonial: la Interpretación del patrimonio. Según la Asociación para la Interpretación del Patrimonio *ésta es el arte de revelar in situ el legado natural y cultural al público que visita esos lugares en su tiempo libre*. La Interpretación del Patrimonio se forjó en los años cincuenta de la mano del estadounidense Freeman

Tilden que desarrollaba su trabajo en Yellowstone. En la actualidad la Interpretación del Patrimonio es una herramienta de comunicación indispensable en toda presentación museográfica y en la comprensión de patrimonios culturales y naturales por parte de los ciudadanos.

Otra de las experiencias que marcaron una tendencia hacia la participación ciudadana en materia de Cultura y patrimonio fue el Anacostia neighborhood museum de Washington. Anacostia en los años cincuenta y sesenta era un barrio afroamericano con problema de desempleo, drogadicción, insalubridad y peligrosidad. Por medio del asociacionismo comunal y bajo el asesoramiento de museólogos de la Smithsonian Institution se logró recuperar dicho distrito urbano y su identidad.

En 1971 en la zona industrial de Le Creusot (Francia), en plena crisis postindustrial para matizar, se forma un grupo de gestores sociales con Hugues de Varine y Rivière —ambos presidentes del Consejo Internacional de Museos (ICOM)— crean un Ecomuseo donde todos los estereotipos de la institucional museal se rompen forjando un nuevo emplazamiento para salvaguardar y degustar el Patrimonio. El territorio y la vinculación de la comunidad al mismo será la clave para trabajar con la cultura de la población.

Mediante estos nimios ejemplos, que no obstante fueron buques insignia en una década marcada por la demanda de un humanismo a todos los niveles de las estructuras e instituciones de las sociedades; esta nueva forma de entender la sociedad, el patrimonio y sus contenedores (museo, centros culturales, centros de interpretación, etc.) se expandió por todo el mundo. así lo atestiguan experiencias como el ecomuseo de Fier Monde en Canadá de la mano de Pierre Mayrand, el Museo Comunitario de Nayarit de Raúl Méndez en México o el Parque Cultural del Maestrazgo en España forjado gracias al intenso trabajo de personas como Mateo Andrés.

A estas experiencias hay que sumarle las iniciativas a nivel internacional plasmadas en reuniones como la anteriormente mencionada Reunión de Río de Janeiro de 1958 donde la noción de patrimonio se amplía así como el uso de la misma como herramienta para el desarrollo. Uno de los promotores ideológicos de estas reivindicaciones será el pedagogo Paulo Freire que apelará a la educación como una práctica para la libertad de pensamiento y de actuación de los pueblos.

En 1972 en Santiago de Chile se reúnen un grupo multidisciplinar de profesionales entre los que encontramos antropólogos, historiadores, museólogos, sociólogos y pedagogos que establecen las bases, aprobadas por la UNESCO, de lo que debe ser un buen uso del Patrimonio y la Cultura. la noción cultural deja de ser un campo aislado o parcela en sus manifestaciones y pasa al campo de lo *holístico*. La cultura y sus manifestaciones patrimoniales no se entienden sin el entorno natural o urbano y sin que dicha simbiosis esté a disposición del desarrollo de las comunidades.

Tras la Mesa Redonda de Santiago de Chile los promesas y acuerdos se vieron ratificados en Caracas en 1992 y fundamentalmente siete años antes, en 1985, con la reunión de Morelos (México) y Québec donde formó el Movimiento Internacional para la Nueva Museología (MINOM) asociado al ICOM-UNESCO y desde el que

parte las políticas participativas en materia de desarrollo patrimonial y cultural a nivel mundial.

En este último punto de análisis no podemos menos que recordar que la participación es un proceso social y como tal el gestor cultural debe tener en cuenta el multiculturalismo en el que están inmersas las sociedades contemporáneas. La Nueva Museología, la Interpretación del patrimonio o los CPC (Centros de Participación Cultural) más allá de sus nomenclaturas son herramientas para narrar el discurso cultural en una línea acorde y paralela a la sociedad que lo va a vivir.

La gestión cultural, por tanto, no finaliza en el Centro Cultural, en el museo, en la sala de exposiciones o en el escenario, sino que tiene una línea temporal que debe plasmar los momentos pretéritos de dicha actividad y el futuro, es decir, la evaluación. En todo momento la población debe estar inmersa en dicho proceso.

Cronograma Bloque II (opcional)

Semana / Sesión	Contenido
01 ^a	•
02 ^a	•
03 ^a	•
04 ^a	•
05 ^a	•
06 ^a	•
07 ^a	•
08 ^a	•
09 ^a	•
10 ^a	•
11 ^a	•
12 ^a	•
13 ^a	•
14 ^a	•

4. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE.-ACTIVIDADES FORMATIVAS

4.1. Distribución de créditos (especificar en horas)

Número de horas presenciales:	32
Número de horas del trabajo propio del estudiante:	68
Total horas	100

4.2.1. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Clases presenciales	Consistirán en la explicación teórica de los contenidos del programa, así como el desarrollo de distintos ejercicios prácticos y la puesta en común de los mismos.
Clases no presenciales	Preparación autónoma de los ejercicios prácticos por parte de los alumnos/as y ampliación de los contenidos teóricos del programa mediante el uso de los materiales que los profesores pondrán a disposición de los estudiantes en la plataforma docente (AULA VIRTUAL).
Tutorías grupales e individualizadas (presenciales y <i>online</i>)	La atención personalizada, bien presencial, bien <i>online</i> , a los alumnos/as, orientada a guiarles en la elaboración de los trabajos que han de entregar para ser evaluados y a solucionar las dudas que tengan sobre la asignatura, se combinará con la celebración de tutorías grupales en el aula, cuyo fin será la puesta en común de distintas actividades y el seguimiento del trabajo realizado por los estudiantes en las clases.

4.2.2. CONTENIDOS, ACTIVIDADES, METODOLOGÍA Y MATERIALES O RECURSOS DIDÁCTICOS:

Todos los recursos didácticos de la asignatura serán proporcionados a los alumnos/as a través de la plataforma docente de la Universidad de Alcalá AULA VIRTUAL, si bien, cuando los profesores lo estimen oportuno, repartirán fotocopias de los mismos en las clases para que los estudiantes puedan realizar distintas actividades de manera presencial o autónoma.

Cronograma	El primer día de clase, el profesor entregará a los alumnos/as un cronograma para que sepan qué actividades prácticas van a tener que realizar en el marco de cada uno de los temas del programa de la asignatura y puedan organizarse de cara a su elaboración, puesta en común y entrega.
Exposición oral final	Los alumnos/as deberán realizar al final de las clases una exposición oral, en la que tendrán que explicar y valorar su proceso de enseñanza-aprendizaje.
Actividades complementarias	Para cada uno de los bloques temáticos de la asignatura se desarrollará una actividad cuya temática se relacionará de manera directa con alguno de los contenidos impartidos, sirviendo así como complemento (ponencias y debates con especialistas en el sector, visitas externas, etc.).

5. EVALUACIÓN: Procedimientos, criterios de evaluación y de calificación²

5. 1. PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

En la convocatoria ordinaria la asignatura se evaluará por el sistema de evaluación continua, y solo en el caso de que el alumno/a no pueda seguir éste, podrá acogerse al sistema alternativo de evaluación final previa solicitud formal y motivada a la dirección del Máster. Para los alumnos/as que no hayan superado la convocatoria ordinaria (bien se haya realizado una evaluación continua o una evaluación final), se establecerá una convocatoria extraordinaria. Las fechas de ambas convocatorias serán anunciadas al inicio del curso académico por parte de la dirección del Máster.

5. 2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y DE CALIFICACIÓN

5. 2. 1. CONVOCATORIA ORDINARIA

A) Evaluación Continua

La evaluación continua, que será la que se aplique por defecto en la asignatura, como acaba de señalarse, tendrá en cuenta la asistencia y participación del alumnado, así como la entrega de los trabajos o ejercicios prácticos que los profesores establezcan.

Criterios de evaluación

1. Asistencia y participación (asistencia mínima 80 % de las horas).
2. Entrega los trabajos en tiempo y forma, y corrección, calidad y originalidad de los mismos.
3. Comprensión de los conceptos y desarrollo de las habilidades y competencias profesionales fundamentales de la asignatura.

Criterios de calificación

Ejercicios prácticos Bloque I (a establecer por el profesor): 60%

 Ejercicio escrito 40%

 Asistencia y participación: 10%

 Exposición oral final: 10%

Ejercicios prácticos Bloque II (a establecer por el profesor): 40%

² Es importante señalar los procedimientos de evaluación: por ejemplo, evaluación continua, final, autoevaluación, co-evaluación. Instrumentos y evidencias: trabajos, actividades. Criterios o indicadores que se van a valorar en relación a las competencias: dominio de conocimientos conceptuales, aplicación, transferencia conocimientos. Para el sistema de calificación hay que recordar la **Normativa del Consejo de Gobierno del 16 de Julio de 2009**: la calificación de la evaluación continua representará, **al menos, el 60%**. Se puede elevar este % en la guía.

Si el estudiante no participa en el proceso de enseñanza-aprendizaje según lo establecido en la presente guía docente, se considerará como no presentado en la convocatoria ordinaria.

B) Evaluación Final

El alumno/a que no pueda seguir el sistema de evaluación continua, podrá acogerse, en las condiciones anteriormente especificadas, al sistema de evaluación final, que consistirá en un único examen escrito, que incluirá tanto los contenidos teóricos como prácticos de la asignatura.

Criterios de evaluación

1. Comprensión de los conceptos teóricos fundamentales de la asignatura.
2. Demostración de la adquisición de las habilidades y competencias profesionales fundamentales de la asignatura.
3. Calidad, originalidad, corrección y rigor en la presentación y exposición.

Criterios de calificación

1. Pruebas teóricas del Bloque Temático I: 15%
2. Pruebas teóricas del Bloque Temático II: 15%
3. Pruebas prácticas del Bloque Temático I: 30%
4. Pruebas prácticas del Bloque Temático II: 40%

5. 2. 2. CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Los estudiantes que no superen la asignatura en la convocatoria ordinaria tendrán derecho a una convocatoria extraordinaria, que consistirá en un único examen escrito, que incluirá tanto los contenidos teóricos como prácticos de la asignatura.

Criterios de evaluación

1. Comprensión de los conceptos teóricos fundamentales de la asignatura.
2. Demostración de la adquisición de las habilidades y competencias profesionales fundamentales de la asignatura.
3. Calidad, originalidad, corrección y rigor en la presentación y exposición.

Criterios de calificación

1. Pruebas teóricas del Bloque Temático I: 15%
2. Pruebas teóricas del Bloque Temático II: 15%
3. Pruebas prácticas del Bloque Temático I: 30%
4. Pruebas prácticas del Bloque Temático II: 40%.

En todos los casos en los trabajos escritos se requerirá:

- Corrección ortográfica, sintáctica y semántica..
- Redacción adecuada al nivel adquirido y a la materia tratada. Uso de un lenguaje formal que deberá dar lugar a textos coherentes y cohesionados, es decir, ligarán las argumentaciones que se darán de manera ordenado.
- Se usarán fuentes documentales y bibliográficas de modo correcto, adecuado y bien referenciadas
- La organización del trabajo debe ser clara y adecuada para que el lector pueda comprender las intenciones del autor. Los apartados deberán tener, como todo el texto, una coherencia que hagan lógica la sucesión entre ellos

Además, y para asegurar el nivel 3 MECES del Máster, el alumno ha de saber que para dar cuenta con éxito de esta asignatura ha de evidenciar a lo largo del curso de la misma las siguientes capacidades:

- Capacidad para identificar, formular y resolver problemas propios del ámbito de la asignatura lo cual supondrá una comprensión detallada y fundamentada de los aspectos teóricos y prácticos y de la metodología de trabajo del campo propio de la asignatura
- Capacidad para aplicar en la práctica los conocimientos adquiridos. Ello supondrá que se sabrá aplicar e integrar sus conocimientos, la comprensión de estos, su fundamentación científica y sus capacidades de resolución de problemas en entornos nuevos y no previamente definidos.
- Capacidad de análisis y síntesis además de capacidad de desde tal análisis saber evaluar y seleccionar la teoría científica adecuada (y la metodología precisa) al campo de estudio a fin de formular juicios a partir de información incompleta y no siempre determinada.
- Capacidad para comunicar clara y efectivamente los resultados obtenidos en su estudio. Y ser capaz de comunicarlo tanto a un público especializado como profano. Capacidad de organización y planificación.
- Autonomía y mayoría de edad. Autonomía para poder participar de manera emprendedora en proyectos personales o colaboraciones profesionales que deriven del decurso posterior de la materia de la asignatura. Mayoría de edad para poder tomar decisiones que controlen situaciones complejas o simplemente diferentes desde la perspectiva propia de los conocimientos adquiridos en la asignatura y para desarrollar de manera emprendedora el perfil profesional que se aduce en la asignatura.

6. BIBLIOGRAFÍA

ACHUGAR, H., et al. (2003), *Imaginarios y consumo cultural*, Trilce, monteideo, Uruguay / Ed. Universidad de la República.

ALONSO FERNÁNDEZ, L., 2003, *Introducción a la nueva museología*. Madrid. Alianza Editorial.

ÁLVAREZ, Jesús T. *Gestión del poder diluido: la construcción de la sociedad mediática (1989-2004)*. Madrid: Pearson educación, [2005]. 368 p. ISBN 84-205-4231-8.

ÁLVAREZ MONZONCILLO, J. M., Calvi, J. C., Gay C., Gómez-Escalonilla G., López J. (2007), *Alternativas de política cultural. Las industrias culturales en las redes digitales (disco, cine, libro, derechos de autor)*, Barcelona / Ed. Gedisa.

ANDER-EGG, Ezequiel; AGUILAR IDAÑEZ, María José. *Como elaborar un proyecto: guía para diseñar proyectos sociales y culturales*. 14ª ed. Buenos Aires: Lumen, 2012. 128 p. ISBN 950-724-416-6.

ANDER-EGG, E. (2008). *La animación sociocultural en los comienzos del siglo XXI*. Buenos Aires: Lumen.

ANTÓN, J. (2006). *Ideologías y movimientos políticos contemporáneos*. 2a ed. Madrid: Tecnos.

BALLART, J.; JUAN, J., *Gestión del patrimonio cultural*. Barcelona, Ariel Patrimonio

BARBERO, M. ; CORTÈS, F. (2005). *Trabajo comunitario, organización y desarrollo social*. Madrid: Alianza Editorial.

BARY, M-O.; DESVALLÉES, A.; WASSERMAN, F. (eds.), 1994, *Vagues, Une anthologie de la nouvelle muséologie*. Mâcon. Éd. W/M.N.E.S.

BELDA, C.; MARÍN, M^a T (eds.) 2002, *Quince miradas sobre los museos*, Múrcia, Universidad de Murcia.

BELIDO, M^a.L., 2001 *Arte, museos y nuevas tecnologías*. Gijon, Ed. Trea.

BENHABIB, Seyla (2006) *Las reivindicaciones de la cultura*. Buenos Aires: Katz.

BOLAÑOS, M., 1997, *Historia de los museos en España*. Gijón. Ed. Trea

BOLAÑOS, M. (ed.), 2002, *La memoria del mundo. Cien años de museología. 1900-2000*. Gijon. Trea.

BONET, L.; CASTAÑER, X.; FONT, J. (eds.), 2001, *Gestión de proyectos culturales. Análisis de casos*. Barcelona, Ariel.

BONET, L.; GONZALEZ, M. (eds)(2016) *La innovación abierta en cultura: ¿estrategia de supervivencia o de revitalización?*, Barcelona: Gescènïc.

BONET, L. (2012), "La cooperación cultural iberoamericana en la encrucijada: papel y retos", *Cuadernos de Observación en Gestión y Políticas Culturales. Serie del Boletín de Gestión Cultural*, 1, p. 85-94

BOURDIEU, P.; DARBEL, A., 2003, *El amor al arte. Los museos europeos y su público*. Barcelona. Paidós

BRINDLE, M. ; DEVEREAUX, C. (2011). *The arts management handbook: new directions for students and practitioners*. Armonk, New York: M.E. Sharpe.

BRYSON, J.M. *Strategic planning for public and nonprofit organizations*. San Francisco : John Wiley & Sons, 2004.

CALAF, R.; FONTAL, O. (coords.), 2004, *Comunicación educativa del patrimonio: referentes, modelos y ejemplos*. Gijón, Eds. Trea.

CARNACEA, A.; LOZANO, A. (2011). *Arte, intervención y acción social. La creatividad transformadora*. Madrid: Ed. Grupo 5.

CASACUBERTA, D. ; Rubio, N. ; Serra, L. (2011). *Acción cultural y desarrollo comunitario*. Barcelona: Graó.

CHALMERS, F. GRAEME (2003) *Arte, educación y diversidad cultural*. Barcelona: Paidós.

COLOMER VALLICROSA, Jaume. "La gestión de públicos culturales en una sociedad tecnológica". En: *Periférica: revista para el análisis de la cultura y el territorio*, n.12, 2011, p. 113-131. ISSN 1577-1172. Disponible en: revistas.uca.es

CONSULTORES DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS. *Guía de la política pública local*. 4ª ed. Madrid: Ediciones Empresa Global (Escuela de Finanzas Aplicadas), 2007.

DELOCHE, B., (1989) *Museologica, Contradictions et logique du musée*. Mâcon, Éditions W.

DELOCHE, B., (2001). *El museo virtual*. Gijón. Trea.

DUBOIS, V. (1999). *La politique culturelle. Genèse d'une catégorie d'intervention publique*. París: Belin.

EVANS, G. (2001). *Cultural planning: an urban renaissance?*. Londres: Routledge.

FERNÁNDEZ LEÓN, Jorge. *Nuevos Centros Culturales para el siglo XXI en España: consenso y conflicto*. [Madrid]: Agencia Española de Cooperación para el Desarrollo, D.L. 2010. 303 p. ISBN 978-84-8347-132-6.

FONSECA REIS, A.C. (comp.) (2008), *Economía Creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*, San Pablo / Itaú Cultural.

GARCÍA CANCLINI, N. (2007), *Lectores, espectadores e internautas*, Barcelona / Ed. Gedisa.

GARCÍA CANCLINI, N., MONETA, C. J. (coord.) (1999), *Las industrias culturales en la integración latinoamericana* / Ed. Grijalbo.

GARCÍA CANCLINI, N., PIEDRAS, E. (2006) *Las industrias culturales y el desarrollo de México*, FLACSO, México / Ed. Siglo XXI.

GUERRERO PANAL, Gerardo; NAVARRO YÁÑEZ, Clemente. "Industrias culturales en ciudades españolas: un primer acercamiento" [en línea]. En: *Revista de Estudios Regionales*, n. 94, 2012, p. 71-103. ISSN 0213-7585. Disponible en: www.revistaestudiosregionales.com

GILLET, J.C. (2006). *La animación en la comunidad. Un modelo de animación socioeducativa*. Barcelona: Graó.

HARGUINDÉGUY, J.-B. (2013). *Análisis de políticas públicas*. Madrid: Tecnos.

HUERTA, R (2008). *Museo tipográfico urbano. Paseando entre las letras de la ciudad*. Valencia: Universidad de Valencia.

KYMLICKA, Will (1996) *Ciudadanía multicultural*. Paidós: Barcelona.

LÓPEZ, I. (2000). *Cultura y ciudad: manual de política cultural municipal*. Gijón: Trea.

MANITO, F. (coord.). *Planificación estratégica de la cultura en España*. Madrid: Fundación Autor, 2008.

MARTINELL, A.; LÓPEZ CRUZ, T. (2012). *Políticas culturales y gestión cultural: organum sobre los conceptos clave de la práctica profesional*. Girona: Documenta universitària.

MILLER, T.; YÚDICE, G (2004). *Política cultural*. Barcelona: Editorial Gedisa.

MINISTERIO DE CULTURA. *Criterios para la elaboración del plan museológico*. Madrid: Ministerio de Cultura. Subdirección General de Publicaciones, Información y Documentación, 2005.

MOORE, M.H. (1998). *Gestión estratégica y creación de valor en el sector público*. Barcelona: Paidós.

NIVON, E.; ROSAS, A. (coords.). *Gestionar el patrimonio en tiempos de globalización*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, 2010.

PAREKH, Bhikhu (2005) *Repensando el multiculturalismo*. Istmo: Madrid.

PUIG, T. *Se acabó la diversión: ideas y gestión para la cultura que crea y sostiene ciudadanía*. Buenos Aires: Paidós, 2005.

ORTEGA NUERE, Cristina. *Observatorios culturales: creación de mapas de infraestructuras y eventos*. Fernando Vicario (prol.). [Barcelona]: Ariel, 2010. 283 p. ISBN 978-84-344-8290-6.

RAMIÓ, C. *Teoría de la organización y administración pública*. Madrid: Técno: Universitat Pompeu Fabra, 1999.

REY, G. (2009), *Industrias Culturales, Creatividad y Desarrollo*, madrid / AECID

RAUSELL, P. (dir.). *Cultura: estrategia para el desarrollo local*. Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional, Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, 2007.

RIVIÈRE, G.H., 1993, *La museología. Curso de museología. Textos y testimonios*. Madrid, Akal.

RODRÍGUEZ, R. 2010. De industrias culturales a industrias del ocio y creativas: Los límites del campo cultural. *Comunicar*, 36. Huelva.

ROSELLÓ, D. (2004). *Diseño y evaluación de proyectos culturales*. Barcelona: Ariel.

ROSELLÓ, D.; COLOMBO, A. (eds.) (2008). *Gestión cultural: estudios de caso*. Barcelona: Ariel.

SANTACANA, J.; HERNÁNDEZ, F.X., 2006, *Museología crítica*. Gijon. Trea

SANTILLÁN GÜEMES, R; ARIEL OLMOS, H (compiladores) (2004). *El gestor cultural. Ideas y experiencias para su capacitación*. Buenos Aires (Argentina): Ediciones Ciccus.

TONO MARTÍNEZ, J (2007). *Conceptos y experiencias de la gestión cultural*. Madrid: Ministerio de Cultura.

URIEL JIMÉNEZ, E (2006). *El valor económico de la cultura en España*. Madrid: Ministerio de Cultura.

VENTOSA, V.J. *Desarrollo y evaluación de proyectos socioculturales*. 2ª ed. Madrid: CSS, 2002.

VIVES AZANCOT, Pedro A. *Glosario crítico de gestión cultural*. 2ª ed. Granada: Comares, 2009. 384 p. ISBN 978-84-9836-576-4.

YÚDICE, G. (2002), *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*, Barcelona / Ed. Gedisa.

ZAPATA-BARRERO, Ricard (2010) *Diversidad y política cultural*. Barcelona: Icaria.

ZUBIAUR, F.J., 2004, *Curso de museología*. Gijon. Trea.

Recursos electrónicos

Manual Atalaya de Gestión Cultural y de las Industrias creativas.

<http://atalayagestioncultural.es/inicio>

Ministerio de Cultura

<http://www.mcu.es/industrias/index.html>

Asociación Española para la Gestión del Patrimonio Cultural

<http://www.aegpc.org>

Red Internacional de Políticas Culturales

<http://www.incp-ripc.org/>

Federación estatal de asociaciones de gestores culturales

<http://www.agetec.org/>

Asociación de gestores y técnicos culturales de la Comunidad de Madrid

<http://www.agetec.org/>

Portal Iberoamericano para la Gestión Cultural

<http://www.gestioncultural.org/gc/>