



**Universidad
de Guanajuato**

**División de Ciencias Sociales y
Humanidades**
Departamento de Estudios Culturales

TESIS

El Impacto de las redes sociales en la gestión de proyectos
culturales de los alumnos de Cultura y Arte

Presenta
Fabiola Martínez Guerrero

Director
Dr. José de Jesús Cordero Domínguez

Para obtener el grado de
Licenciada en Cultura y Arte

Agradecimientos

Infinitas gracias a Margarita Guerrero Soriano, mi madre, quien ha estado inspirándome a lo largo de mi vida, con su inteligencia y su amor. A ti dedico este logro, este peldaño más en mi vida, una meta alcanzada gracias a ti y todo tu apoyo. No sólo como mujer eres un ejemplo a seguir, pero como persona, eres digna de mi infinita admiración. Gracias por tanto, por ser tú, por sembrar en mí, junto a mi padre, una semilla de inquietud por descubrir y aprender cuanto pueda del mundo. Te amo.

Al Dr. Cordero, por su infinita paciencia y por haberme guiado a lo largo de esta investigación: gracias.

ÍNDICE

| | Pág. |
|---|-------------|
| Resumen | 4 |
| Introducción | 5 |
| Capítulo 1: Protocolo de Investigación | 10 |
| Capítulo 2: Formación del gestor cultural en la licenciatura en Cultura y Arte | 23 |
| Capítulo 3: Proyectos Culturales | 47 |
| Capítulo 4: Redes sociales en internet | 70 |
| Conclusiones | 89 |
| Fuentes consultadas | 93 |
| Índice de cuadros | 97 |
| Índice de gráficos | 98 |
| Índice de imágenes | 99 |

RESUMEN

El uso de las redes sociales en internet representa un reto y un medio importante para publicistas, comunicadores, políticos y para la gestión cultural; así como para los estudiantes, las instituciones y los profesionistas nivel mundial, nacional y local.

En la ciudad de León, Guanajuato, desde hace 7 años se creó la licenciatura en Cultura y Arte, en la cual se forman gestores y promotores culturales que como futuros profesionistas reconocen que sus proyectos socio-culturales deben estar sustentados en las demandas y necesidades de la población así como en las políticas culturales vigentes, de modo que puedan lograr un impacto positivo en la sociedad.

En este siglo XXI, en la producción de proyectos culturales, el uso de internet representa una nueva manifestación cultural, la cual tiene el potencial de brindar un espacio para las tareas de difusión, promoción y gestión. Además de ser una plataforma que impulsa y estimula la creatividad y abre oportunidades de trabajo para los gestores y artistas.

Esta nueva *cibercultura* marca un cambio tecnológico en la manera en que nos comunicamos. Esta brecha generacional, sugiere una extensión entre la comunicación tradicional cara a cara y su evolución hacia los medios masivos en internet, los cuales toman un lugar importante para la *autogestión*.

INTRODUCCIÓN

Los gestores culturales y el uso de las redes sociales en internet representan una oportunidad, tanto para artistas, administradores, promotores, etc., de una comunicación masiva no mediatizada por los medios tradicionales. En un país como México, donde los artistas no siempre consideran optar por un representante que maneje la difusión de su obra, este medio los representa, los ayuda a ser sus propios gestores. Valiéndose de la tecnología, la cual brinda otras formas de esparcir la cultura y de que llegue a más personas, les brinda un espacio para la *autogestión*.

Según el artículo *La fiebre de las redes sociales en México* publicado en El Universal (2011:s.p.):

Los jóvenes mexicanos destinan un promedio de casi 30 horas mensuales haciendo uso de redes sociales virtuales, las cuales forman parte del día a día de unos 15 millones de mexicanos. Con el uso de las redes sociales, los jóvenes destinan mayor tiempo y tienen más presencia en internet.

En la actualidad, los jóvenes gestores se encuentran ante un futuro incierto dentro de su profesión. La falta de oportunidades parece compensarse con la iniciativa propia.

Las nuevas generaciones están conformadas por nativos digitales que adquirieron nuevas habilidades y competencias, y otras formas de administrar sus recursos y su tiempo...la capacidad autogestiva aparece como otro rasgo a destacar en los jóvenes y, a diferencia de generaciones anteriores, va de la mano con el uso de internet.(Gerber y Pinochet, 2012:52)

Esta nueva cultura de la información, nos sitúa en una nueva dimensión, nos hace sentir parte del mundo, parte de algo grande, nos presenta la oportunidad de ser y estar donde queramos; en cuestión de segundos podemos transformar un pensamiento personal, en algo colectivo. Estas redes virtuales coadyuvan a

reducir las distancias espaciales y hacen posible que la difusión de un proyecto trascienda su entorno inmediato a un costo relativamente ínfimo. Internet parece haberse convertido, no sólo en el ámbito cultural, en la herramienta por excelencia de muchos ámbitos laborales y se ha ido incorporando entre las exigencias que los perfiles profesionales demandan.

En el primer capítulo se presenta el protocolo y se da una breve introducción para plantearnos en el contexto del problema de investigación. Se describe brevemente la situación del arte y se plantean la hipótesis y los objetivos generales y particulares. Además de presentar la metodología que se empleó para llevar a cabo esta investigación. También se busca abordar los aspectos a tratar dentro de esta investigación, los cuales conformarán los próximos capítulos del trabajo

La licenciatura en Cultura y Arte es el capítulo 2. Este capítulo busca documentar los objetivos de la licenciatura y el perfil de los aspirantes. Las características, el plan de estudios y la lista de materias. Con este capítulo se busca identificar cuáles materias están relacionadas a la formación del gestor y promotor cultural, haciendo énfasis en la hipótesis de la investigación, en la cual se sostiene que esta licenciatura impulsa y da importancia a los medios digitales como herramienta del gestor y promotor cultural. Además, este capítulo centra al lector en el contexto de la gestión, en qué consiste y cuál es el perfil del gestor y promotor cultural.

En el capítulo 2 se contienen los siguientes apartados:

2.1 Formación del gestor cultural en la licenciatura en Cultura y Arte

En este apartado se da una pequeña introducción a la misión y objetivo que tiene la licenciatura. El año en el que comienzan a impartirse clases y a qué necesidad social responde esta carrera.

2.2 Formación del gestor cultural

Aquí se muestran las materias que forman parte del plan de estudios, las áreas de estudio a las que corresponden y cuáles están enfocadas a la profesionalización del estudiante.

2.3 Gestión Cultural

En este apartado se habla de los aspectos que la gestión cultural aborda, cuáles son sus objetivos, cuál es la utilidad que tiene dentro de lo cultural y qué tareas comprende.

2.4 Perfil del gestor cultural

En esta sección se muestran una serie de perfiles que distintos autores proponen para describir las habilidades que debe tener un aspirante o entusiasta de la gestión cultural.

En el capítulo 3 se abordan definiciones de distintos autores sobre lo que es un proyecto cultural, sus características y el modelo para llevar a cabo un proyecto cultural. También se aborda la importancia de hacer un proyecto cultural y cuáles son los beneficios que se pueden obtener a través de las diferentes etapas. También se presentan las convocatorias de diferentes institutos culturales (tanto locales, como estatales) y cuánta importancia le dan a un proyecto cultural bien estructurado. Este capítulo también se centra, principalmente, en los proyectos realizados por estudiantes de la licenciatura en Cultura y Arte, los describe, los presenta. Los apartados que incluye este capítulo son:

3.1 ¿Qué es un proyecto?

Aquí se menciona una definición general de lo que es un proyecto de cualquier tipo.

3.2 ¿Qué es un proyecto cultural?

Aquí se habla de lo que es un proyecto cultural y las características que debe tener.

3.3 Importancia del proyecto cultural

Aquí se habla de la relevancia que tiene el llevar a cabo la elaboración de un proyecto cultural y cómo impacta el resultado del mismo.

3.4 Etapas del proyecto cultural

Se proponen varios esquemas o modelos de proyecto cultural, sus etapas y características desde la postura de distintos autores.

3.5 Proyectos en instituciones municipales, estatales y nacionales

Se presentan diferentes convocatorias de distintos institutos culturales para el fomento a las artes, apoyos a proyectos culturales y cuáles son los requisitos que cada proyecto debe tener.

3.6 Papel del gestor en proyectos culturales

La importancia de que los gestores culturales aprendan a hacer un proyecto que involucre las diferentes etapas para elevar las posibilidades de éxito a la hora de concursar o ejecutarlo.

3.7 Proyectos culturales en la licenciatura en Cultura y Arte

Se presentan varios proyectos realizados por alumnos de Cultura y Arte en el periodo Enero-Julio 2013, Agosto-Diciembre de 2014 y sus características.

En el capítulo 4 se introduce al lector en una definición de lo que son las redes sociales, las redes sociales en internet y se explican algunos de los términos que se utilizan dentro del rubro laboral o de usuarios a través de redes sociales en medios digitales. Se presentan las redes sociales más populares y también se vincula el uso de estas redes para la labor de los gestores y promotores culturales. Este capítulo busca identificar, más que sólo los beneficios, el impacto que estas redes comienzan a tener dentro de las redes de trabajo y cómo dan respuesta a la precariedad laboral a través de la autogestión. Los apartados en este capítulo son:

4.1 Qué son las redes sociales en internet

Definición de lo que es una red social en internet, sus características y su uso.

4.2 Redes sociales más populares

Aquí se enlistan y se presentan gráficas con las redes sociales en internet más usadas en nuestro país y específicamente en la ciudad de León, Guanajuato.

4.3 Impacto de las redes sociales en los alumnos de Cultura y Arte

Aquí se presentan los resultados de las entrevistas realizadas a los alumnos que llevaron a cabo proyectos culturales dentro de la licenciatura y sus impresiones sobre el uso de redes sociales para la gestión y difusión de los mismos.

4.4 Generación multitareas

Se hace mención a la generación multitareas para abordar un fenómeno que en la actualidad define una generación que ha desarrollado habilidades para llevar a cabo varias tareas al mismo tiempo y cómo los jóvenes han emprendido proyectos a través de esta habilidad.

4.5 Beneficios de las redes sociales en la gestión

Aquí abordamos las áreas de oportunidad que brindan las redes sociales a favor de la gestión y difusión cultural. Redes de trabajo y cómo los jóvenes aprovechan estas redes para su trabajo.

Por último se presentan las conclusiones.

CAPÍTULO 1

Protocolo de investigación

Planteamiento

La importancia de esta investigación consiste en plantear cómo los cambios tecnológicos transforman nuestras interacciones sociales, culturales, etc., en este caso, enfocándonos a la gestión, promoción y difusión de la cultura y proyectos culturales. Esta tesis nos plantea hipótesis y respuestas, a través de las cuales, podemos indagar más profundamente en cómo es que estos nuevos usos y costumbres tienen un impacto ya en nuestras vidas y cómo estas redes y medios digitales pueden ayudar a mejorar la comunicación y la extensión del ámbito laboral más allá del entorno inmediato. Este fenómeno que es relativamente nuevo, ya ha desatado muchas controversias y preguntas, las cuales se han ido abordando a través de diferentes estudios, experimentos y en la experiencia propia que cada usuario le da día a día.

Estudiantes de la Licenciatura en Cultura y Arte, proyectos y redes sociales

Esta investigación resulta relevante dentro de la licenciatura en Cultura y Arte ya que tanto la licenciatura como esta investigación, se centran en la gestión de proyectos culturales, por lo que, le compete o debería competir, tanto a estudiantes como a docentes, la constante investigación y actualización de prácticas y métodos que vayan surgiendo, que puedan impactar el trabajo de los gestores y estudiantes.

Así como también resulta de gran importancia el análisis del plan de estudios y las materias que se ofrecen para formar al gestor cultural y de qué forma, si es que es el caso, se está preparando a los alumnos para hacer uso de los medios digitales y las redes sociales en internet para el beneficio de su labor, porque más allá de convertirse en expertos en el uso práctico de las nuevas tecnologías, también se necesita de una preparación y estrategias para poder tener un impacto real a través de estas redes sociales ya que existe un gran vacío entre las materias de gestión cultural y la aplicación de proyectos culturales por un problema teórico-

metodológico y la gran ausencia de un diagnóstico de la demanda y necesidades de los mismos.

Por lo que en esta tesis nos planteamos: ¿Cómo es que los alumnos están haciendo uso de estas herramientas?, ¿Cómo se les está preparando en las aulas? Y ¿Qué estrategias han desarrollado para la promoción de sus proyectos culturales en base al uso de las redes sociales?

Concurso de Proyectos culturales en las instituciones culturales

También se documentan los procesos para concursar en alguna convocatoria de proyectos culturales en distintos institutos culturales en nuestro país y cómo gran parte del proceso involucra en la actualidad, internet y redes sociales, cómo es que se facilita la creación de un perfil y cómo algunas convocatorias requieren, explícitamente, que los documentos o proyectos sean sólo enviados por correo electrónico y no en físico. Cómo es que las personas pueden enterarse de las convocatorias a través de sitios web o perfiles en redes sociales de estas instituciones, lo cual nos genera interrogantes de cómo es que estas instituciones se han visto impactadas al digitalizar la mayoría de sus procesos y trámites y en qué medida eso nos beneficia tanto a ellos como a nosotros, todas estas dudas las cuales vale la pena que sean respondidas o al menos documentadas.

Las redes sociales virtuales son un reflejo de las tendencias humanas y nos acercan a nuestro pasado, su uso no sólo emula, también amplía las interacciones de la vida real. Las redes sociales virtuales son una extensión de la comunicación cara a cara. “El mundo virtual es sólo un paso más en una larga marcha de cambios tecnológicos y socioeconómicos que están transformando la interacción entre los seres humanos...Lentamente, pero con paso firme, estamos llevando nuestras vidas reales al mundo virtual” (Christakis y Fowler, 2010: 272-281).

Ya que la labor del gestor cultural le exige ser vocero del arte y el artista, sería difícil ignorar que las nuevas tecnologías de información y comunicación

representan una herramienta útil para la difusión cultural, ya que el internet ha transformado la comunicación, haciéndola más horizontal y otorgando una capacidad de comunicación masiva no mediatizada por los medios tradicionales.

El gestor cultural debe ser consciente de que la cultura se mantiene en un estado cambiante constante y siempre será así. Esta investigación busca conocer las oportunidades que las redes sociales virtuales brindan a los estudiantes de Cultura y Arte en su labor de gestión cultural, además de analizar el papel que estas redes tienen en la difusión de proyectos en comparación a los medios tradicionales.

PREGUNTA PRINCIPAL DE LA INVESTIGACIÓN

- ¿Qué oportunidades y beneficios encuentran los estudiantes en el uso de redes sociales en internet para su labor de gestión cultural?

PREGUNTAS SECUNDARIAS

- ¿Las redes sociales en internet sustituyen o complementan la gestión cultural tradicional?
- ¿Los estudiantes de Cultura y Arte emplean estas redes como una extensión de la comunicación y las interacciones de la vida cotidiana?
- ¿Los proyectos culturales de los alumnos de cultura y arte contienen todos los preceptos de la gestión cultural para un mejor desempeño?
- ¿El uso intensivo de las redes sociales están limitando la calidad de los proyectos culturales?
- ¿Estas redes en internet ayudan a crear redes de trabajo y representan nuevos modelos de gestión?
- ¿La percepción de los alumnos sobre la gestión cultural se limita exclusivamente a la difusión a través de redes sociales en internet?

OBJETIVO GENERAL

- Documentar el uso de redes sociales en internet entre los estudiantes de la Licenciatura en Cultura y Arte y describir el impacto que tienen estas redes para su labor de gestión y difusión de proyectos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Investigar qué beneficios brinda a los estudiantes el uso de estas redes para la gestión cultural.
- Analizar cómo el uso de la tecnología ha impactado en la difusión de los proyectos culturales.
- Documentar el papel del gestor cultural ante el carácter cambiante de la cultura y su adaptación a los nuevos métodos de gestión.
- Analizar el impacto de las redes sociales en internet dentro de las instituciones culturales y los nuevos modelos de trabajo.

JUSTIFICACIÓN

Con el fin de responder a la pregunta principal de la investigación: cuáles son los beneficios y oportunidades que encuentran los jóvenes a favor de la gestión, difusión y promoción de sus proyectos culturales, el principal objetivo al realizar esta investigación, es documentar el impacto del uso de las redes sociales en la difusión cultural, a través de la evaluación y el análisis de los proyectos de alumnos de la licenciatura en Cultura y Arte. Analizar si estos nuevos medios de comunicación sustituyen o complementan la comunicación tradicional.

En esta investigación, el tema central se enfoca en cómo los gestores culturales han vivido la incursión de las redes sociales en internet como herramienta de difusión para proyectos culturales.

Según Castells (2001:12), "internet es la sociedad, expresa los procesos sociales, los intereses sociales, los valores sociales, las instituciones sociales...Lo que hace Internet es procesar la virtualidad y transformarla en nuestra realidad, constituyendo la sociedad red, que es la sociedad que vivimos"; es decir, internet,

como uno de los cambios tecnológicos más importantes en la historia, ha transformado la manera en que interactuamos, nuestras costumbres y nuestros hábitos. Vivimos inmersos, directa o indirectamente en esta sociedad red, como la describe Castells. Por lo tanto, esta investigación se centra en el reconocimiento de dicha red de comunicación e interacción como parte de un universo en el que podemos conocernos y desarrollar nuestros proyectos laborales y profesionales.

En los últimos años las redes sociales en internet parecen ser esenciales para la presencia e identificación de millones de personas y una de las responsabilidades que el Gestor Cultural tiene ante la sociedad es la de procurar los derechos culturales de la población que atiende. El gestor cultural tiene la oportunidad de realizar cambios en su oficio para que la población modifique su percepción de su(s) cultura(s) y cuente con motivos que le permitan entenderla con mayor claridad (Galiano, 2011).

Esta investigación busca ser de utilidad para todos aquellos gestores que buscan una respuesta o un beneficio a través de estas nuevas herramientas de gestión. Busca enlistar sus bondades y documentar el impacto que han tenido en los gestores culturales y principalmente entre los estudiantes de Cultura y Arte. También busca resaltar la importancia del papel del gestor como un profesional creativo, innovador y en actualización constante, con la capacidad de adaptarse a las nuevas tendencias y formas de comunicación, y así, poder lograr un vínculo con el cual, el público pueda sentirse integrado.

Un estudio hecho por comScore (2015), muestra que el uso de la red social Facebook tiene un alcance de más del 94.5% de los usuarios de internet, con un porcentaje tan alto, es innegable que las redes virtuales son un medio masivo de comunicación. Pero, “lo virtual no sustituye a lo real, sino que lo representa” (Quéau, 1995:79) Esta investigación, busca, en parte, responder a esa debate entre el mundo virtual y el “real”, enfocándose primordialmente en el ámbito laboral del gestor cultural, aunque también podría reflejar la tendencia en los demás ámbitos laborales o disciplinas.

MARCO TEÓRICO

A continuación se presenta el marco teórico, con el cual se busca abordar el contexto en el cual nos ubicamos y las teorías que servirán como base para sustentar y responder las preguntas que se plantean en esta investigación.

La gestión cultural, involucra metodologías a través de las cuales se busca llevar adelante proyectos o cumplir objetivos en el ámbito cultural. La gestión cultural debe enfocarse primordialmente en dar respuesta a ese ámbito social que se encuentra en constante crecimiento y en constante cambio. Si la cultura busca responder a todas las interrogantes que van surgiendo dentro de nuestras vidas, es importante reflexionar que, para poder responder todas estas preguntas, es necesario mantener una visión de transformación permanente y una apertura para actualizarse, incluso si esto sugiere darse un chapuzón en otras disciplinas. Por ende, la naturaleza del gestor cultural lo convierte en un profesional a quien se le exige un perfil multidisciplinario y *multitareas*.

Gestión Cultural en la generación *Multitareas*

“Tanto hace por la cultura quien la crea como quien la promueve, como quién la crea” diría José Vasconcelos. Entendemos la cultura como la respuesta o el conjunto de soluciones que el ser humano tiene ante la vida y que también lo ayudan a interpretarla.

Para poder comprender la cultura, debemos retomar lo que se planteaba en el primer apartado de este capítulo: no somos estáticos. La cultura tampoco lo es. Así como la cultura es la concepción y la manera en la que construimos la vida, es innegable que la cultura, como nosotros mismos, es dinámica y en ese dinamismo radica una de las características vitales que compartimos. Si la cultura es un

reflejo innegable de los seres humanos, es irremediable el adaptarnos para poder vivir y trascender. La tecnología es en sí ya parte de la cultura, una cultura digital que nos conecta y se actualiza al mismo paso de la vida misma.

Siempre han existido líderes entusiastas y comprometidos con la gestión, la promoción y la difusión cultural, ya que, si se visualiza como disciplina, se sustenta y se da respuesta a una necesidad de carácter social que está en constante crecimiento, ya que la cultura, como las personas, no es estática ni tiene fecha de expiración: como parte de la vida es constante en su evolución y cambiante en sus necesidades.

Incluso los perfiles profesionales que son requeridos por la escena contemporánea han sido transformados y han incorporado nuevas exigencias. En un entorno en constante actualización, marcado por la migración de formatos, los jóvenes aprendieron a usar varias herramientas al mismo tiempo, es decir, se volvieron *multitask*. (Gerber y Pinochet 2012:52)

Las redes en internet son una representación democrática donde las relaciones y los recursos fluyen, pueden ser compartidos entre muchas personas con reglas y prácticas que se actualizan constantemente. La tecnología transforma nuestra visión del mundo, la forma en la que nos relacionamos con los demás e incluso transforma la manera en que nos desempeñamos laboralmente.

Las habilidades, competencias tecnológicas y el uso de herramientas involucradas en el ciberespacio, están presentes en la mayoría de los ámbitos laborales. Dentro del ámbito cultural, se han transformado en una herramienta que fomenta y da espacio a la *autogestión* (emplearemos este término ocasionalmente dentro de esta investigación para referirnos a la capacidad *autogestora* del artista o gestor). Gracias a la tecnología se cuenta con otras formas de esparcir la cultura, de que llegue a más personas influyendo en mayor medida en otros artistas y en la sociedad.

Esto es un reto importante para los gestores culturales de nueva generación y para los gestores con mayor trayectoria también, esta brecha digital no los excluye, y, partiendo del principio que nos dice que el gestor debe ser dinámico como la cultura, es importante la incursión en los medios digitales de gestores, de toda generación, para crear una comunicación más horizontal y alcanzar nuevas fronteras.

En esta investigación, abordamos estos cambios y transformaciones socioculturales como un peldaño más en la historia y como una herramienta más dentro de la gama de recursos con los que contamos para desempeñar distintas tareas, para comprendernos, conocernos y trascendernos a nosotros mismos. Estas competencias y habilidades tecnológicas son áreas de oportunidad, cuya finalidad no es la de sustituir al gestor, al contrario, pueden ser herramientas que lo ayuden, con la actualización constante, a trascender en el ámbito laboral y hacer su labor más completa y funcional.

Al hablar de estas capacidades y herramientas digitales, cada día es más evidente que las tecnologías digitales potencian el acceso a la información sobre ofertas culturales del propio país y del mundo. La creatividad cultural se halla tanto en la gestación, como en la comunicación y la recepción, tareas que pueden verse realizadas a través de un contexto digital.

Tendencias humanas y universales

La interacción social se ha visto impactada por las nuevas tecnologías. Esta afirmación podríamos hacerla, prácticamente, en cualquier época de la historia. Si bien, nuestras interacciones se han basado primordialmente en la comunicación cara a cara, debemos recordar que estamos en constante evolución. El atributo más estable dentro de nuestras vidas, irónicamente, es la inestabilidad, la transformación: no somos estáticos.

La invención de cada nuevo método de comunicación a lo largo de los siglos ha generado siempre debates sobre el efecto de la tecnología en la sociedad. En la actualidad, interactuamos con aquellos métodos de comunicación que aún vemos

como “nuevos” cuando en realidad estamos inmersos y haciendo uso de ellos de manera natural y cotidiana. Podemos enviar un mensaje de texto de un celular a otro, enviar un e-mail, buscar información en sitios como Google, hacer video-llamadas, acceder a alguna red social, etc., ya sea por cuestiones laborales, escolares, culturales, de ocio o de entretenimiento(Christakis y Fowler: 2010).

El impacto que la tecnología puede llegar a tener dentro de una sociedad afecta e influencia todos los aspectos de la vida cotidiana. El ejemplo más contundente, podría ser, el de la invención de la imprenta y la revolución industrial, que transformó de manera insólita la historia de la humanidad. Todos los adelantos tecnológicos que hoy percibimos como asombrosos o complejos, son una realidad que, al contrario de lo que se creería, no nos aleja, si no que nos acerca a nuestro pasado. Lo que vivimos hoy como una transformación social, es parte de las tendencias humanas universales, es el reflejo de esa naturaleza dinámica que nos ha llevado a trascender nuestras limitaciones.

Redes Sociales y Ciberespacio

Desde el comienzo de la red mundial de Internet, los usuarios se han estado conectando para comunicarse unos con otros, para comprar y vender recursos, para aprender y para enseñar, para jugar y para entretenerse. Sin embargo, más recientemente –cerca del 2003- han surgido una variedad de espacios públicos en línea que permiten un uso más activo de Internet, al apoyar a los usuarios para crear y distribuir contenidos. La mayoría de estos espacios en línea operan a través de estructuras de red.

Las redes sociales virtuales (como nos vamos a referir a las redes sociales que utilizamos en internet, a lo largo de esta investigación) han alcanzado una gran popularidad en años recientes. La definición de lo que son las redes sociales que vamos a usar en esta investigación, es simple y concisa: “una red social es un conjunto organizado de personas formado por dos tipos de elementos: seres humanos y conexiones entre ellos” (Christakis y Fowler: 2010:27).

Dentro de las redes sociales virtuales, podemos construir un perfil, el cual nos otorga *presencia* y nos ayuda a identificarnos. Estas redes nos ayudan a mantener un lazo virtual con personas a las cuales ya conocemos y con las cuales interactuamos en la vida *real*, fuera del ciberespacio, pero también pueden ayudarnos a conocer nuevas personas que, posiblemente, compartan los mismos intereses que nosotros. Cada persona dentro de una red social, es un nodo que se conecta.

En la actualidad, los medios digitales tienen un papel importante en la vida de los jóvenes, quienes les han otorgado un valor importante dentro de sus interacciones sociales. Internet y sus redes sociales, no sólo se encargan de distribuir información, comunicar o dar un espacio de ocio, también crean espacios destinados a fomentar libremente la creatividad y esta característica la convierten en una herramienta versátil.

Después de todo, como aseveran Buckingham y Martínez (2013:10) “internet ya no es una mera herramienta para distribuir y recuperar información, sino un instrumento para dialogar y compartir, para la comunicación interpersonal y para el entretenimiento”. Las redes sociales virtuales brindan un espacio y voz a todo aquel que tenga la inquietud de compartir y aprender, así que, no es arriesgado decir que estas redes también promueven la creatividad. A través de blogs, distribución digital gratuita al alcance de muchas personas, comunidades enfocadas exclusivamente al arte, foros especializados, revistas digitales, *e-books*, sitios para compartir música o videos, etc., los usuarios pueden acceder a contenidos y compartir los propios.

Las redes sociales virtuales y el ciberespacio se han convertido en parte de nuestras vidas cotidianas, en un valioso recurso con beneficios que se encuentran a disposición de gran cantidad de personas, sobre todo jóvenes, quienes las emplean para ampliar su mundo.

El ciberespacio es parte de una serie interminable de cambios tecnológicos, de transformaciones sociales y culturales propios de la vida y la evolución humana.

Dentro de esta investigación, sostenemos que estas conexiones son necesarias dentro de nuestras vidas y no sustituyen a los métodos tradicionales para comunicarnos, más bien, los expanden y los complementan.

METODOLOGÍA

En esta investigación se usará la documentación, con el fin de situarnos en la problemática, el estado del arte y también como preparación, para conocer los antecedentes e investigaciones previas. La observación no participante con el fin de no influir en los sujetos pero involucrándonos e interactuando con ellos. Ver Cuadro 1.

Cuadro 1. Primera fase metodológica

| Fuentes documentales | | Trabajo de campo | | Análisis |
|---|---|---|--|--|
| Archivos | Documentos | Actividades | Resultados | Sistematización |
| Biblioteca Central Estatal WJM | Libros, revistas, tesis. | Identificar el papel del gestor cultural. | Seleccionar información importante para situarnos en la investigación. | Introducción al tema de investigación. |
| Biblioteca de la Licenciatura en Cultura y Arte | | | | |
| Librerías | | | | |
| Internet | Revistas digitales, ensayos, artículos, periódicos. | Identificar las principales plataformas y artefactos digitales y sus características. | Enlistar las funciones y características de las redes sociales más usadas en internet. | Cuadros con las características principales de las redes sociales en Internet y gráficas con el porcentaje de usuarios en el país y en León. |

Fuente: Elaboración propia, Martínez (2015).

Las entrevistas para conocer las opiniones, posturas y experiencias de los sujetos y así aprender más al observar sus actitudes y reacciones ante las preguntas. Todas las etapas se apoyarán de la documentación para poder sustentar cada paso durante la investigación. Y finalmente se hará la sistematización y análisis de la información obtenida. Ver cuadro 2.

Cuadro 2. Segunda fase metodológica

| Fuentes documentales | | Trabajo de campo | | Análisis |
|--|--|---|---|---|
| Archivos | Documentos | Actividades | Resultados | Sistematización |
| Licenciatura en Cultura y Arte del Campus León de la Universidad de Guanajuato | Cifras de la licenciatura, oferta académica, proyectos culturales de los alumnos de la Licenciatura en Cultura y Arte. | Identificar los proyectos culturales de los alumnos de la licenciatura en Cultura y Arte. | Analizar los proyectos culturales de los alumnos. | Cuadro con los proyectos culturales de los alumnos y sus características. |
| | | Identificar instituciones culturales. | Conocer las convocatorias relacionadas a proyectos culturales. | Lista con las instituciones culturales y sus convocatorias en apoyo a proyectos culturales. |
| | | Diseñar y aplicar encuestas y entrevistas a los alumnos. | Medir el impacto de las redes sociales en los alumnos y sus proyectos culturales. | Muestras y gráficas del impacto de las redes sociales en Internet sobre la difusión de proyectos culturales de los alumnos. |

Fuente: Elaboración propia, Martínez (2015).

Los cambios y avances tecnológicos han transformado nuestras vidas, desde el ámbito cotidiano hasta la esfera de lo educativo y lo laboral. Por tanto, se vuelve necesario reflexionar y documentar el impacto de las redes sociales virtuales en la gestión de proyectos culturales desde el campo más cercano que nos compete, la licenciatura en Cultura y Arte de la Universidad de Guanajuato.

A partir de este estudio y como se revisará en los siguientes capítulos, se analizará la estructura de la formación del gestor cultural dentro de esta licenciatura, la importancia que se ha dado al uso práctico de estas herramientas digitales, y las estrategias que han desarrollado hasta ahora los alumnos para generar y difundir sus propios proyectos culturales empleando las redes sociales en internet.

CAPÍTULO 2

Formación del gestor cultural en la Licenciatura en Cultura y Arte

Licenciatura en Cultura y Arte

A partir de agosto de 2006, la Licenciatura en Cultura y Arte se ofrece en la Universidad de Guanajuato. Esta licenciatura se presenta con el fin de formar profesionales en el ámbito de la gestión cultural. Según aparece en el sitio web de este programa:

El objetivo es facilitar la formación de personas capacitadas, prioritariamente en la promoción, organización y dirección cultural. Es una licenciatura reciente como lo es la gestión cultural en México, por ende en la Ciudad de León y la región. Por tal motivo aún no se vislumbran los efectos deseados en las instituciones culturales, industrias y organizaciones no gubernamentales, a pesar de que egresados se han insertado paulatinamente.

Aún en proceso de construcción, tanto la licenciatura como el edificio, la primera generación de alumnos comenzó sus estudios en el período Agosto-Diciembre de 2006. La licenciatura estaba a cargo del Dr. Luis Fernando Brehm, quien ocupó el cargo de director desde el año 2006 hasta el año de 2012. En la actualidad, el director es el Dr. Alejandro Martínez de la Rosa.

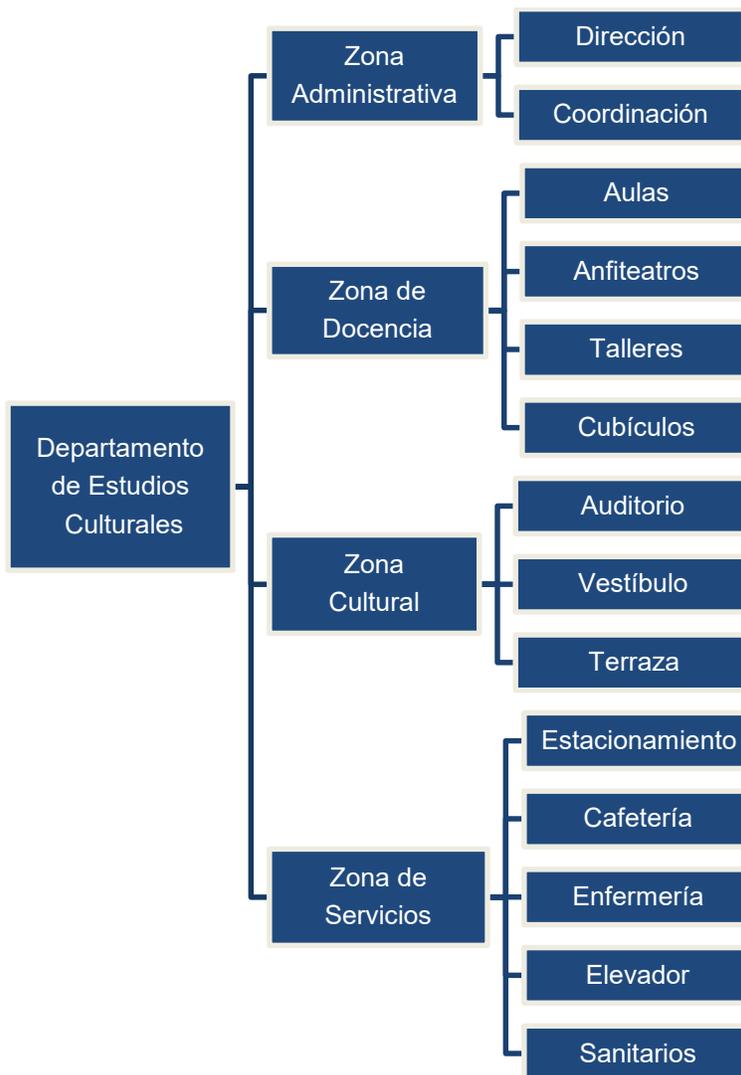
En el primer semestre de 2014, en el período Enero-Julio 2014, la licenciatura contó con 210 alumnos inscritos, los cuales cursaban del 2do al 8vo semestre. No obstante, hay alumnos que actualmente estudian como parte de su décimo sexta inscripción.

La licenciatura se imparte en el Departamento de Estudios Culturales ubicado en el Fórum Cultural Guanajuato. En este recinto sólo se ofrece esta licenciatura, a diferencia de los demás campus de la Universidad de Guanajuato.

El edificio cuenta con una zona administrativa: dirección, coordinación; una zona de docencia: aulas de clase, talleres de arte y oficios, un salón de danza, un laboratorio de fotografía, dos anfiteatros, y cubículos; una zona donde se realizan

actividades artístico-culturales y académicas: el Auditorio Jorge Ibarguengoitia, un vestíbulo donde suelen montarse exposiciones de diversas disciplinas y una terraza donde suelen proyectarse películas (Cine martes de terraza) para el público en general. Además de la zona de servicios: una enfermería, una cafetería, sanitarios y estacionamiento privado. Ver imagen 1.

Imagen 1. Diagrama de las zonas que integran el edificio del Departamento de Estudios Culturales



Fuente: Elaboración propia, Martínez (2016).

Alrededor del edificio, se encuentra la Biblioteca Central Estatal Wigberto Jiménez Moreno, el Museo de Arte e Historia de Guanajuato y el Teatro Bicentenario, jardines, zona de esculturas y arboladas para el descanso y disfrute de los visitantes a los inmuebles y los paseantes.

La superficie del conjunto del es superior a las nueve hectáreas. Ver imágenes 2 ala 9.

Imagen2. Logo de la Universidad de Guanajuato sobre la fachada del edificio del Departamento de Estudios Culturales



Fuente: Fotografía tomada por la autora (2016).

Imagen3. Fachada del Departamento de Estudios Culturales



Fuente: Fotografía tomada por la autora (2016).

Imagen4. Zona exterior en la planta baja



Fuente: Fotografía tomada por la autora (2016).

Imagen 5. Vestibulo y elevador del edificio



Fuente: Fotografía tomada por la autora (2016).

Imagen6. Vestíbulo de la Escuela



Fuente: Fotografía tomada por la autora (2016).

Imagen 7. Mapa del Fórum cultural



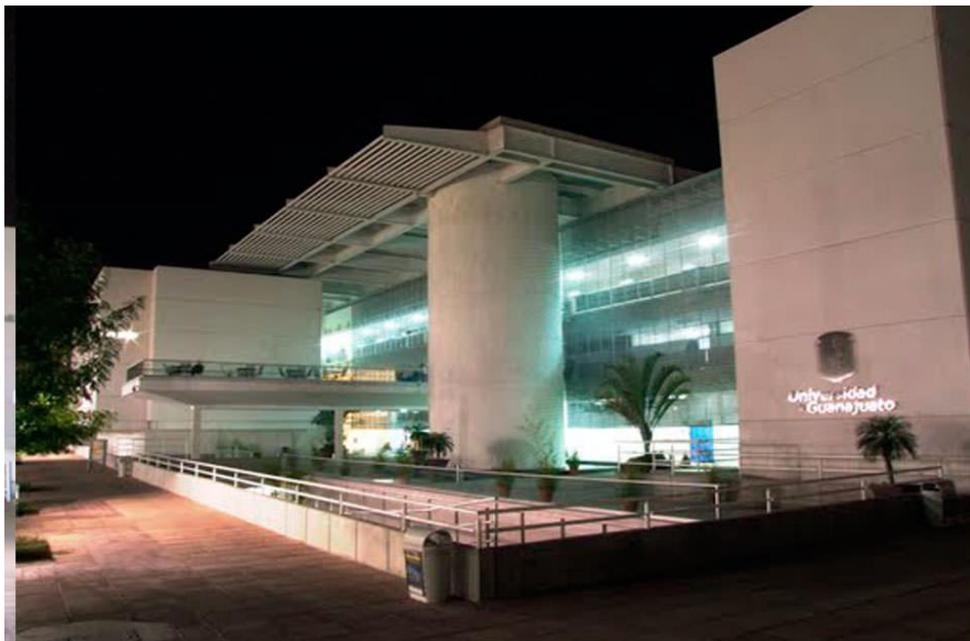
Fuente: Sitio web del Fórum Cultural Guanajuato.

Imagen 8. Vista diurna de la Escuela.



Fuente: Sitio web del Fórum Cultural Guanajuato

Imagen 9. Vista nocturna de la Escuela.



Fuente: Sitio web del ICL.

Necesidades Sociales

La Licenciatura en Cultura y Arte busca responder a distintas necesidades sociales y culturales. Basándonos en la información publicada en su sitio web, podemos enlistar las siguientes:

- Ya que la cultura es la respuesta que la sociedad le da a las preguntas de la vida, es importante que existan personas con la vocación y el espíritu de preservar estas respuestas a través del arte y la cultura.
- El acercamiento a estas manifestaciones artísticas, ayudará al ser humano a comprender mejor su existencia, ayudará a la introspección y podrá responder a los cuestionamientos sociales.
- A pesar de que se ofrecen espectáculos y programas culturales, la sociedad necesita a un profesional que pueda indagar y responder a las necesidades del público más claramente para satisfacer sus demandas.
- La sociedad necesita personas competentes en el trabajo cultural. Por ello es indispensable una formación universitaria seria, para facilitar la profesionalización en dirección cultural, ya que quienes ocupan puestos culturales no tienen una preparación previa universitaria, en esa realidad.
- El desarrollo social tiene que integrar el aspecto cultural al económico como programa de acción, según la Unesco.
Por tanto es preciso fusionar, académicamente, la herencia con el presente cultural para proyectar una sociedad más integrada en el futuro.

La licenciatura en Cultura y Arte cuenta con un Objetivo Curricular, el cual se desglosa de la siguiente manera en su página web:

La Licenciatura en Cultura y Arte facilitará la formación de profesionistas en cultura inscrita en el arte:

Que tengan calidad humana fundada en valores y la búsqueda del bien común para saber tratar a las personas con sentido humano.

Que sepan utilizar la lengua como expresión oral y escrita; como vehículo de comunicación para comunicarse con claridad y escuchar con apertura los discursos de los artistas, los artesanos, los trabajadores de la cultura y de la comunidad y sus habitantes.

Que sepan distinguir lenguajes y procesos en artes y oficios para comprender los modos de producción-creación de artistas y artesanos.

Que sepan descubrir las características del arte y la cultura mexicana a través de la diacronía para reconocer necesidades y demandas culturales de la sociedad en el presente, enraizadas en una herencia cultural.

Que conozcan las instituciones culturales y modos de operar de industrias culturales para colaborar con sus cualidades en instituciones e industrias culturales públicas y privadas en provecho de las personas, en el ámbito de la cultura inscrita en el arte.

Que sepan usar las herramientas de la organización de la cultura, dentro del derecho cultural para ser puentes entre comunidades e instituciones, para desarrollar proyectos culturales inscritos en el arte.

Que sepan integrar los conocimientos teóricos y prácticos para beneficio de las personas, de la comunidad, de la sociedad en que labore, como un ser humano que ofrece sus capacidades dentro de la cultura inscrita en el arte.

Cifras de alumnos en la Licenciatura en Cultura y Arte

Al periodo Enero-Julio 2014, la licenciatura contaba con 210 alumnos inscritos. Ver cuadro 3.

Cuadro3. Alumnos inscritos en la licenciatura de Cultura y Arte

| Semestre | Número de Alumnos |
|-----------------|--------------------------|
| 2do. | 43 |
| 3ro. | 2 |
| 4to. | 41 |
| 5to. | 5 |
| 6to. | 43 |
| 7mo. | 2 |
| 8vo. | 43 |
| 9no. | 7 |
| 10mo. | 17 |
| 11vo. | 3 |
| 12vo. | 3 |
| 16vo. | 1 |
| Total | 210 |

Fuente: División de Ciencias Sociales y Humanidades, Campus León.

Formación del licenciado en Cultura y Arte

Perfil de Ingreso del Estudiante en Cultura y Arte publicado en su página web:

Lo que necesita un aspirante a la Licenciatura en Cultura y Arte es tener intención de entrar en el mundo del arte y la cultura, ser una persona curiosa, con ganas de descubrir el mundo del ser sensible a través de la cultura inscrita en el arte. Es bienvenido todo aquel que desee realizarse vitalmente en campos de acción propios de la cultura en instituciones federales, estatales y municipales, así como en áreas de difusión y extensión universitarias y en algunas industrias culturales.

Descripción de habilidades. Es deseable que el candidato tenga:

- Habilidad de relación para trabajar en equipo.
- Habilidad para comprender, analizar y sintetizar.

- Habilidad para ver, juzgar y actuar.
- Habilidad para esgrimir la palabra.
- Habilidad para describir objetos.
- Habilidad para relacionar ofertas con demandas y necesidades.

Descripción de actitudes. Se espera que el aspirante muestre actitudes como:

- Saber escuchar.
- Saber observar.
- Ser sensible, tener capacidad de admiración porque es un ser curioso a quien le gusta indagar la realidad, que tiene paciencia para actuar con paz y ciencia.
- Que tenga apertura, sentido crítico y comprensión de la persona.

Descripción de valores:

- Honestidad.
- Respeto.
- Sentido humanístico.
- Búsqueda de la verdad.
- Cooperación.
- Generosidad.

Plan de Estudios

Descripción: modalidad semestral; número de materias 6 por semestre por 8 semestres, total 48; no hay materias acreditables, ya que servicio social y segunda lengua son requisito de egreso (no son asignaturas cursativas); total mínimo de créditos: 332; promociones de nuevo ingreso, una vez al año (agosto); duración máxima para que el alumno se titule, hasta dos años después de haber obtenido los 332 créditos mínimo que pide este plan de estudios (ver cuadros 4 y 5).

Cuadro 4. Plan de Estudios (primera a cuarta inscripción)

| MODALIDAD DEL PLAN: | | ANUAL | | | SEMESTRAL | | X | CUATRIMESTRAL | | | TRIMESTRAL | | |
|---------------------|---|-----------|-----------|-----------|--------------------|---------|---------------------|--------------------------------------|-----------|-----------|------------|----------------------------|---------|
| PRIMERA INSCRIPCIÓN | | | | | | | SEGUNDA INSCRIPCIÓN | | | | | | |
| CLAVE | UNIDAD DE APRENDIZAJE | HRS | | | PRERREQUISITO | | CLAVE | UNIDAD DE APRENDIZAJE | HRS | | | PRERREQUISITO | |
| | | T | L | C | CURSADO Y APROBADO | CURSADO | | | T | L | C | CURSADO Y APROBADO | CURSADO |
| | Antropología filosófica | 4 | - | 8 | | | | Teoría de los valores | 4 | - | 8 | | |
| | Expresión oral y escrita I | - | 4 | 4 | | | | Expresión oral y escrita II | - | 4 | 4 | Expresión oral y escrita I | |
| TC0105 | Historia de México | 4 | - | 8 | | | | Cultura | 4 | - | 8 | | |
| CC178 | Introducción a la creatividad artística | 2 | 4 | 8 | | | 2TE1U6 | Teoría del diseño | 2 | 4 | 8 | | |
| | Comunicación | 4 | | 8 | | | | Optativa I | 4 | - | 8 | | |
| | Taller de artes y oficios I | 1 | 4 | 6 | | | | Taller de artes y oficios II | 1 | 4 | 6 | | |
| SUBTOTALES | | 15 | 12 | 42 | | | SUBTOTALES | | 15 | 12 | 42 | | |
| MODALIDAD DEL PLAN: | | ANUAL | | | SEMESTRAL | | X | CUATRIMESTRAL | | | TRIMESTRAL | | |
| TERCERA INSCRIPCIÓN | | | | | | | CUARTA INSCRIPCIÓN | | | | | | |
| CLAVE | UNIDAD DE APRENDIZAJE | HRS | | | PRERREQUISITO | | CLAVE | UNIDAD DE APRENDIZAJE | HRS | | | PRERREQUISITO | |
| | | T | L | C | CURSADO Y APROBADO | CURSADO | | | T | L | C | CURSADO Y APROBADO | CURSADO |
| BCC356 | Estética | 4 | - | 8 | | | | Semiótica | 4 | - | 8 | | |
| | Comunicación Interpersonal | 4 | - | 8 | | | | Crítica y análisis literario | 4 | - | 8 | | |
| | Música | - | 4 | 4 | | | | Artes escénicas | 3 | - | 6 | | |
| | Discurso literario | 4 | - | 8 | | | FCC526 | Comunicación del arte en la sociedad | 3 | - | 6 | | |
| | Optativa II | 4 | - | 8 | | | | Optativa III | 4 | - | 8 | | |
| | Taller de artes y oficios III | 1 | 4 | 6 | | | | Taller de artes y oficios IV | 1 | 4 | 6 | | |
| SUBTOTALES | | 17 | 8 | 42 | | | SUBTOTALES | | 19 | 4 | 42 | | |

Fuente: Departamento de Estudios Culturales.

Cuadro 5. Plan de Estudios (quinta a octava inscripción)

| MODALIDAD DEL PLAN: | ANUAL | | SEMESTRAL | | X | CUATRIMESTRAL | | TRIMESTRAL | | | | | |
|---------------------|--|-----------|-----------|-----------|--------------------|---------------|-------|---|-----------|----------|-----------|---------------------------|---------|
| QUINTA INSCRIPCIÓN | | | | | SEXTA INSCRIPCIÓN | | | | | | | | |
| CLAVE | UNIDAD DE APRENDIZAJE | HRS | SEM | SEM | PRERREQUISITO | | CLAVE | UNIDAD DE APRENDIZAJE | HRS | SEM | SEM | PRERREQUISITO | |
| | | T | L | C | CURSADO Y APROBADO | CURSADO | | | T | L | C | CURSADO Y APROBADO | CURSADO |
| | Cultura mexicana precolombina | 4 | - | 8 | | | | Cultura mexicana virreinal | 4 | - | 8 | | |
| | Derecho cultural | 4 | - | 8 | | | | Instituciones culturales | 4 | - | 8 | | |
| | Administración cultural | 4 | - | 8 | | | | Industrias culturales | 4 | - | 8 | | |
| | Temas selectos I | 4 | - | 8 | | | | Temas selectos II | 4 | - | 8 | | |
| | Prácticas culturales en instituciones culturales | - | 4 | 4 | | | | Prácticas culturales en industrias culturales | - | 4 | 4 | | |
| | Taller de artes y oficios V | 1 | 4 | 6 | | | | Taller de artes y oficios VI | 1 | 4 | 6 | | |
| SUBTOTALES | | 17 | 8 | 42 | | | | SUBTOTALES | 17 | 8 | 42 | | |
| MODALIDAD DEL PLAN: | ANUAL | | SEMESTRAL | | X | CUATRIMESTRAL | | TRIMESTRAL | | | | | |
| SÉPTIMA INSCRIPCIÓN | | | | | OCTAVA INSCRIPCIÓN | | | | | | | | |
| CLAVE | UNIDAD DE APRENDIZAJE | HRS | SEM | SEM | PRERREQUISITO | | CLAVE | UNIDAD DE APRENDIZAJE | HRS | SEM | SEM | PRERREQUISITO | |
| | | T | L | C | CURSADO Y APROBADO | CURSADO | | | T | L | C | CURSADO Y APROBADO | CURSADO |
| | Cultura mexicana SS. XIX-XX | 4 | - | 8 | | | | Cultura mexicana SS. XX-XXI | 4 | - | 8 | | |
| | Planeación cultural | 4 | - | 8 | | | | Análisis y evaluación de proyectos culturales | 4 | - | 8 | | |
| | Promoción cultural | 4 | - | 8 | | | | Financiamiento cultural | 4 | - | 8 | | |
| | Temas selectos III | 4 | - | 8 | | | | Temas selectos IV | 4 | - | 8 | | |
| | Prácticas culturales en museo, biblioteca y teatro | - | 4 | 4 | | | | Prácticas culturales en espectáculos | - | 4 | 4 | | |
| | Seminario de titulación I | - | 4 | 4 | | | | Seminario de titulación II | - | 4 | 4 | Seminario de titulación I | |
| SUBTOTALES | | 16 | 8 | 40 | | | | SUBTOTALES | 16 | 8 | 40 | | |

Fuente: Departamento de Estudios Culturales.

Materias que forman al Licenciado en Cultura y Arte

A continuación se muestra la lista total de las materias del Plan de Estudios de la Licenciatura en Cultura y Arte (ver cuadros 6, 7, 8, 9 y 10).

Cuadro 6. Materias del área básica

| MATERIAS | CRÉDITOS | CLAVES |
|---|-----------------|---------------|
| Antropología filosófica | 8 | CUL151 |
| Expresión oral y escrita I | 4 | CUL 101 |
| Historia de México | 8 | CUL 161 |
| Introducción a la creatividad artística | 8 | BCC178 |
| Comunicación | 8 | CUL 201 |
| Teoría de los valores | 8 | CUL 152 |
| Expresión oral y escrita II | 4 | CUL 102 |
| Optativa I | | |
| Cultura | 8 | CUL 301 |
| Teoría del diseño | 8 | 2TE 1U6 |
| Estética | 8 | BCC 356 |
| Optativa II | | |
| Música | 4 | CUL 401 |
| Discurso literario | 8 | CUL 103 |
| Comunicación interpersonal | 8 | CUL 202 |
| Semiótica | 8 | CUL 104 |
| Artes escénicas | 6 | CUL 402 |
| Comunicación del arte en la sociedad | 6 | FCC 526 |
| Crítica y análisis literario | 8 | CUL 105 |
| Optativa III | | |

Fuente: Departamento de Estudios Culturales.

Cuadro 7. Materias del área profesional

| MATERIAS | CRÉDITOS | CLAVES |
|--|-----------------|---------------|
| Derecho cultural | 8 | CUL 310 |
| Administración cultural | 8 | CUL 501 |
| Temas selectos I | | |
| Prácticas culturales en instituciones culturales | 4 | CUL 306 |
| Cultura mexicana virreinal | 8 | CUL 303 |
| Instituciones culturales | 8 | CUL 502 |
| Industrias culturales | 8 | CUL 503 |
| Temas selectos II | | |
| Prácticas culturales en industrias culturales | 4 | CUL 307 |
| Cultura mexicana SS XIX-XX | 8 | CUL 304 |
| Temas selectos III | | |
| Promoción cultural | 8 | CUL 504 |
| Prácticas culturales en museo, biblioteca y teatro | 4 | CUL 308 |
| Planeación cultural | 8 | CUL 505 |
| Seminario de titulación I | 4 | CUL 551 |
| Cultura mexicana SS XX-XXI | 8 | CUL 305 |
| Temas selectos IV | | |
| Seminario de titulación II | 4 | CUL 552 |
| Financiamiento cultural | 8 | CUL 506 |
| Análisis y evaluación de proyectos | 8 | CUL 507 |
| Prácticas culturales en espectáculos | 4 | CUL 309 |

Fuente: Departamento de Estudios Culturales.

Cuadro 8. Talleres (Son optativos. Se eligen 6 de ellos.)

| MATERIAS | CRÉDITOS | CLAVES |
|--|-----------------|---------------|
| Dibujo del natural y geometría | 7 | BTC 237 |
| Perspectiva y entorno urbano | 6 | BTC 336 |
| Volumetría y figura humana | 6 | BTC 426 |
| Dibujo del desnudo | 6 | FTC 646 |
| Introducción a la pintura | 7 | BTC 117 |
| Diversas técnicas de pintura | 8 | FTP 538 |
| Técnicas de óleo | 8 | FTP 638 |
| Serigrafía | 6 | FTC 346 |
| Serigrafía II | 6 | OTA 845 |
| Introducción a la fotografía | 7 | BTC 227 |
| Composición fotográfica | 8 | FTF 518 |
| Fotografía en blanco y negro | 8 | FTF 618 |
| Fotografía en color | 8 | FTF 718 |
| Fotografía digital | 7 | FTF 818 |
| Cerámica en torno | 8 | OPC 038 |
| Cerámica vidriada | 8 | OPC 098 |
| Cerámica avanzada | 8 | OPC 158 |
| Vitral | 8 | OPC 108 |
| Vitro mosaico | 8 | OTA 850 |
| Vitro fusión | 8 | OTA 851 |
| Arte en vidrio | 8 | OTA 852 |
| Textiles tradicionales en bastidor | 8 | OPC 068 |
| Técnicas tradicionales en telar | 8 | OPC 118 |
| Técnicas mixtas en textiles | 8 | OPC 178 |
| Proyectos especiales en fibra | 8 | OPC 238 |
| Diseño editorial | 6 | OTA 801 |
| Aerografía | 6 | OTA 802 |
| Diseño asistido por computadora | 6 | OTA 803 |
| Diseño de página web | 6 | OTA 804 |
| Diseño publicitario | 6 | OTA 805 |
| Composición visual | 6 | OTA 806 |
| Actuación | 6 | OTA 820 |
| Actuación II | 6 | OTA 821 |
| Danza contemporánea | 6 | OTA 830 |
| Escritura literaria | 6 | OTA 840 |
| Expresión corporal | 6 | OTA 860 |
| Técnicas dancísticas | 6 | OTA 831 |
| Aprendizaje de instrumentos musicales | 7 | OTA 870 |
| Interpretación de instrumentos musicales | 7 | OTA 871 |

Fuente: Departamento de Estudios Culturales.

Cuadro 9. Materias optativas del área básica (se eligen 3 de ellas)

| MATERIAS | CRÉDITOS | CLAVES |
|--|-----------------|---------------|
| Crítica de la obra artística | 8 | FFC 526 |
| Arte y cultura en la obra de Octavio Paz | 8 | OAB 602 |
| Cultura y utopía | 8 | OAB 603 |
| Religión y cultura | 8 | OAB 604 |
| Dramaturgia | 8 | OAB 605 |
| Teatro occidental | 8 | OAB 606 |
| Retórica y poética | 8 | OAB 607 |
| Teoría del lenguaje | 8 | TCO 310 |

Fuente: Departamento de Estudios Culturales.

Cuadro 10. Temas selectos del área profesional (se eligen 4 de ellas)

| MATERIAS | CRÉDITOS | CLAVES |
|--------------------------------------|-----------------|---------------|
| Diseño de proyectos | 8 | OTS 901 |
| Mercadotecnia | 8 | OTS 902 |
| Formación de públicos | 8 | OTS 903 |
| Museografía y diseño de exhibiciones | 8 | FCC 878 |
| Bibliotecología | 8 | OTS 905 |
| Didáctica de la cultura | 8 | OTS 915 |
| La cultura y los medios | 8 | OTS 926 |
| Cultura y globalización | 8 | OTS 977 |
| Cultura y tecnología | 8 | OTS 978 |
| Patrimonio cultural | 8 | CUL 979 |
| Arte y cultura popular | 8 | OTS 980 |
| Cultura y lectura | 8 | OTS 981 |
| Turismo y cultura | 8 | OTS 982 |
| Música e Historia del S. XX | 8 | OTS 800 |
| México a través de la música | 8 | OTS 983 |
| Artes y oficios en la historia | 8 | OTS 801 |
| Cultura y escritura | 8 | OTS 999 |

Fuente: Departamento de Estudios Culturales.

De las materias del Área Profesional y los Temas Selectos que se encargan de formar al estudiante en Cultura y Arte se eligieron las materias principales que coadyuvan directamente a la formación profesional de un gestor cultural:

- Derecho cultural
- Administración cultural
- Promoción cultural
- Planeación cultural
- Financiamiento cultural
- Análisis y evaluación de proyectos
- Diseño de proyectos
- Museografía y diseño de exhibiciones
- Cultura y tecnología
- Patrimonio cultural
- Arte y cultura popular

Mercado y Campo de Trabajo

- El mercado laboral ofrece un horizonte de oportunidades, mientras que el campo de trabajo muestra opciones concretas de empleo.
- En líneas generales y particulares, se contempla una realidad atractiva en las plataformas culturales:
 1. Sector público: Conaculta, Secretarías e Institutos estatales de cultura, casas de cultura, bibliotecas y museos.
 2. Instituciones de educación superior: difusión y extensión universitarias.
 3. Sector privado: instituciones e industrias culturales, medios, casas editoriales, arte y artesanías, espectáculos y entretenimiento lúdico.

Gestión Cultural

Qué es la Gestión Cultural

Después de revisar y analizar los distintos conceptos y teóricos que definen la gestión cultural, hemos encontrado puntos en común y desavenencias que nos conducen a adoptar la siguiente definición que guiará esta investigación:

La gestión cultural puede visualizarse como un proceso metodológico, el cual tiene como fin principal, llevar a cabo un objetivo dentro del ámbito cultural. La gestión comprende diferentes ámbitos, desde procesos administrativos, difusión, promoción, investigación, diagnóstico, etc., pasos a través de los cuales el gestor puede transformar una idea en un proyecto cultural.

Como se menciona en el libro Promoción Cultural *Una Nueva Mirada*:

La gestión cultural se asume en su concreción, a través de diversos modelos de actuación que dirigen su mirada a múltiples áreas del desempeño de manera que se operacionalizan mediante sistemas de categorías, técnicas y tecnologías que propician la solución de problemas del desarrollo humano, culturalmente identificables en sus orígenes y en sus consecuencias. (Martín, 2010:12)

Tanto el gestor cultural como la gestión cultural demandan una actualización constante, ya que tanto el gestor como su disciplina, deben responder aspectos no resueltos de la sociedad, la cual se encuentra en constante movimiento.

Perfil del Gestor Cultural

Definición de Gestor Cultural

Después de revisar el perfil de ingreso del aspirante a estudiar la Licenciatura en Cultura y Arte y revisar el campo de trabajo, el plan de estudios y las habilidades,

a continuación enlistaremos las habilidades y el perfil del Gestor Cultural, según las definiciones de diferentes autores.

Por el papel que le está confiado, se define como componente necesario de los procesos de desarrollo sociocultural, pues ha de ejercer en ellos una función dinamizadora, y de hecho ha de ser portador de esos procesos como fortalezas que aseguran su competencia para tales desempeños. (Martín, 2010:8)

El gestor y promotor cultural imagina y propone nuevas vías y nuevos sentidos en la construcción de los instrumentos, de los lenguajes y del mismo sujeto del cambio: la comunidad. Así también, debe asumir un proyecto cultural como personal para obtener un impacto social real. Para alcanzar estas metas es necesario el trabajo diario, tanto en el aspecto personal como en el social, siempre con la conciencia y el compromiso que se tiene con la cultura y la sociedad.

Es el profesional que motivado por su inquietud e interés en la cultura, e independientemente del área de conocimiento de su formación académica, opta por dedicarse a promover, incentivar, diseñar y realizar proyectos culturales en cualquier ámbito. Es aquel que debe tomar decisiones entre un conjunto de posibilidades, técnicas e instrumentales que están a su disposición conforme un objetivo que esté vinculado al desarrollo de la sociedad donde actuará.

Perfil del egresado de la Licenciatura en Cultura y Arte

En el sitio web de la Licenciatura en Cultura y Arte, no aparece información específica o puntual sobre el perfil de egreso del alumno, pero la siguiente información podría ser un parámetro de lo que se espera al finalizar la licenciatura y/o a largo plazo. Según el sitio web de la Licenciatura en Cultura y Arte, los egresados son:

Personas capacitadas, prioritariamente en la promoción, organización y dirección cultural, para que el egresado colabore en instituciones culturales públicas y

privadas, en beneficio de las personas y de la sociedad, con un horizonte humanístico, con creatividad, habilidades, actitudes, valores y competencias profesionales.

La mayoría de los autores describen al gestor cultural como un ser dinámico, creativo y comprometido con la comunidad y su derecho a la cultura. Un ser con la apertura suficiente para comprender las distintas expresiones del arte y las necesidades de la sociedad; con la apertura suficiente para transformarse y reinventar los procesos dentro de su profesión. Como Marín (1996:146) define: “El Promotor Cultural es el líder inteligente y respetuoso que hace coincidir los intereses y necesidades comunitarias con los planes y programas de la institución en la que presta sus servicios”.

Sus habilidades

A continuación se presentan las propuestas que diferentes autores enlistan como las habilidades que el gestor cultural requiere para llevar a cabo su tarea. Todas las listas enmarcan aspectos diversos, algunos coinciden y otros contrastan.

El promotor cultural que ejerce su profesión en la diversidad de contextos que se reconocen en la América Latina actual está convocado a:

- Propiciar la participación democrática en los procesos de desarrollo cultural que se producen en las dimensiones comunitaria y local, coordinando la realización de actividades que estimulen el protagonismo, la creatividad y el compromiso individual y colectivo;
- Desarrollar y promover la participación de los seres humanos, que habiten los espacios sociales en que actúa, en acciones de apreciación y creación artística y literaria para potenciar su realización espiritual y humana;
- Participar y promover la participación en investigaciones socioculturales orientadas al rescate, conservación y revalorización de costumbres populares y tradiciones patrimoniales, que conforman las identidades

ycaracterizan, desde la perspectiva socio histórica, a las comunidades y regiones en que labora;

- Atender y potenciar la satisfacción de las necesidades de crecimiento espiritual de la población, mediante la gestión de proyectos de desarrollo sociocultural con enfoque participativo;
- Propiciar el conocimiento y la comprensión de las políticas culturales que signan los límites de acción en las circunstancias comunitarias y locales, en su relación con los espacios nacionales, como fortalezas en tanto dominios para la solución de los problemas que caracterizan sus dinámicas;
- Coordinar, desde el liderazgo, el trabajo mancomunado de los actores sociales cuya incidencia articulada dinamiza las relaciones y favorece el desarrollo comunitario y local;
- Potenciar la participación de las personalidades de la cultura, las ciencias y otras áreas del saber humano, cuya obra goza de reconocimiento, en las actividades de desarrollo comunitario y local como expresión de su compromiso y responsabilidad social;
- Fomentar la educación en valores como sello distintivo de su misión esencialmente formativa, lo que pone de manifiesto el carácter eminentemente educativo de su misión.

Sus competencias

- Situar la acción profesional en el marco del territorio con perspectiva de influencia global.
- Diagnosticar y recopilar información de modelos que permitan la acción profesional
- Intermediar entre diferentes agentes relacionados en su campo profesional.
- Transferir información, conocimientos y sistemas de trabajo.
- Innovar en el sector cultural.

Después de haber analizado las áreas formativas que académicamente integran y dan lugar al perfil del egresado de la licenciatura en Cultura y Arte de la Universidad de Guanajuato en relación a un marco teórico sobre el perfil de un gestor cultural, hemos encontrado en común la formación de profesionistas que como intermediarios o puentes entre diversos agentes (instituciones, industrias, artistas y comunidad) ponen a la disposición de la sociedad en que laboran sus habilidades, capacidades, actitudes y valores para organizar, promover y dirigir un proyecto cultural que responda a las demandas y necesidades comunes.

Cuando revisamos el plan de estudio de esta licenciatura en vinculación con el tema de estudio, el uso de las redes sociales en internet, observamos en el área formativa, materias teóricas que los acercan a la reflexión en torno a las mismas. Sin embargo, existen aún carencias en cuanto a la actualización, capacitación y uso práctico de las diversas herramientas tecnológicas existentes como parte de la planeación de los proyectos culturales a nivel académico, lo cual lograría dinamizar y extender la influencia de los futuros profesionistas en los diferentes ámbitos de la gestión cultural.

CAPÍTULO 3

Proyectos Culturales

¿Qué es un proyecto?

Un proyecto es un primer esquema y/o conjunto de escritos que buscan dar idea de cómo ejecutar algo de importancia. Esta definición de proyecto es un tanto general, pero como en cualquier disciplina y en muchos aspectos de la vida, el diseño y gestión de proyectos es indispensable para poder proyectar nuestras ideas y alcanzar metas.

“En el sector de la cultura y las artes, como muchos otros de la vida social, saber diseñar y gestionar proyectos es indispensable para aprovechar las oportunidades y recursos” (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes Gobierno de Chile, 2011:18). Por tanto, dentro del ámbito cultural, los proyectos buscan respaldar ese carácter de precisión y profesionalizar los procesos de trabajo dirigidos a responder a una necesidad social.

¿Qué es un Proyecto Cultural?

Respecto de este tema, Carlos García (2006:34) señala que:

Un proyecto cultural es aquel que aplica metodologías, maneja energía humana y posee rasgos distintivos espirituales, materiales, intelectuales o afectivos de una sociedad o grupo social, que comprende los estilos de vida, las formas de convivencia, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias. Una característica de los proyectos culturales es su gran flexibilidad para adaptarse a diferentes contextos y circunstancias, ya que incorpora variables de muy difícil control y a veces se conduce por caminos de lo intangible. El propósito intrínseco de cualquier proyecto cultural es alcanzar resultados concretos y de impacto en su público, dentro de los límites de un presupuesto y tiempo determinados, de acuerdo a los objetivos previstos en su diseño.

Características del Proyecto Cultural

Durante esta investigación se ha mencionado insistentemente cómo el carácter innovador y versátil del trabajador cultural es de suma importancia, pues bien, dentro de los proyectos culturales se espera más o menos lo mismo de quien lo diseña o propone. Un proyecto cultural no sólo debe ser creativo, dentro de esa innovación y originalidad, debe existir una estructura que nos beneficie. Podemos tener una idea brillante y no saber cómo explicarla, en ese caso es menos probable que el proyecto sea elegido por la institución de la cual aspiramos a recibir un estímulo.

Como ya mencionamos, la elaboración precisa y completa de un proyecto ayuda a profesionalizar al gestor y si bien, no asegura un total éxito, contará con grandes posibilidades de captación de estímulos y patrocinios; así como de parámetros para su evaluación y mejora.

En la guía de *Cómo Elaborar un Proyecto Cultural*, García (2006:34) señala de manera puntual las características que deben tener los proyectos culturales:

- Realistas y bien fundamentados, de lo contrario serían poco viables; además, es preciso que no sólo se expongan los factores, sino que se muestren e indiquen las razones por las que tiene posibilidad de acontecer el fenómeno cultural en estudio.
- Precisos; es decir, que se expresen en términos concretos y no como una exposición de buenos propósitos, por lo que no deberán plantearse a partir de supuestos, de elementos frágiles o de interpretaciones parciales o vagas.
- Completos, lo que implica señalar todos los factores externos que condicionan el éxito del proyecto, aunque estos factores no sean sujetos de control.

Importancia de elaborar un proyecto cultural

La elaboración de un proyecto cultural es de suma importancia, ya que trabajar en base a un proyecto nos beneficiarán a nosotros, al público y al espacio en el que queremos intervenir. Trabajar sin un proyecto podría funcionar también, pero no con los mismos resultados. Como enfatiza Roselló (2006:4):

Con un mínimo de preparación y experiencia basta para salir del paso, pero resulta que no logramos ningún objetivo que justifique de verdad la intervención o que, de haberlo pensado antes, se podría haber hecho todo mucho mejor y llegar a más gente, ahorrar costos o mejorar el producto final.

Etapas del Proyecto Cultural

Durante la elaboración de esta investigación, se consultaron diferentes propuestas de diseño de proyectos y sus diferentes etapas, la que resultó ser más completa y efectiva, no sólo para esta investigación, si no como experiencia propia al haberla aplicado, fue la propuesta que Roselló (2006) presenta en su guía de “Diseño y Gestión de Proyectos Culturales”.

Un proyecto tiene una dimensión temporal, un fin, una exigencia y, fundamentalmente, un proceso creativo, elemento fundamental para no perder de vista nuestros fines, usando los proyectos como medios instrumentales para lograrlos, y no haciendo de ellos fines en sí mismos.

Para Roselló (2006:12) existen diferentes niveles que deben estructurar un proyecto y que se enlistan a continuación:

- La idea

Muchos proyectos nacen de una simple idea y algún esquema. Es el inicio de un proyecto. Puede incorporar ya el tema a tratar o las dudas a resolver. Identifica el punto de partida y le da sentido, aunque todavía quedan muchos aspectos por aclarar.

- El primer esbozo

En el paso siguiente, la simple idea se transforma en un pequeño desarrollo en el que se definen de manera genérica todavía, algunas propuestas, algún dato relevante en cuanto a espacios, tiempo, personas, actividades, temas, etc. que se plantean de acuerdo a una realidad que todos comparten.

- El anteproyecto

Para avanzar, se pasa a desarrollar más cada punto. Aparecen los capítulos que conformarán el proyecto. Se analiza el contexto con más detalle. Se profundiza más en las propuestas, dejándolas casi definitivas pero no se entra todavía en los detalles de la planificación, la gestión, la evaluación, etc. Está sujeto a variaciones según se desarrolle el debate y la aprobación.

- El proyecto a ejecutar

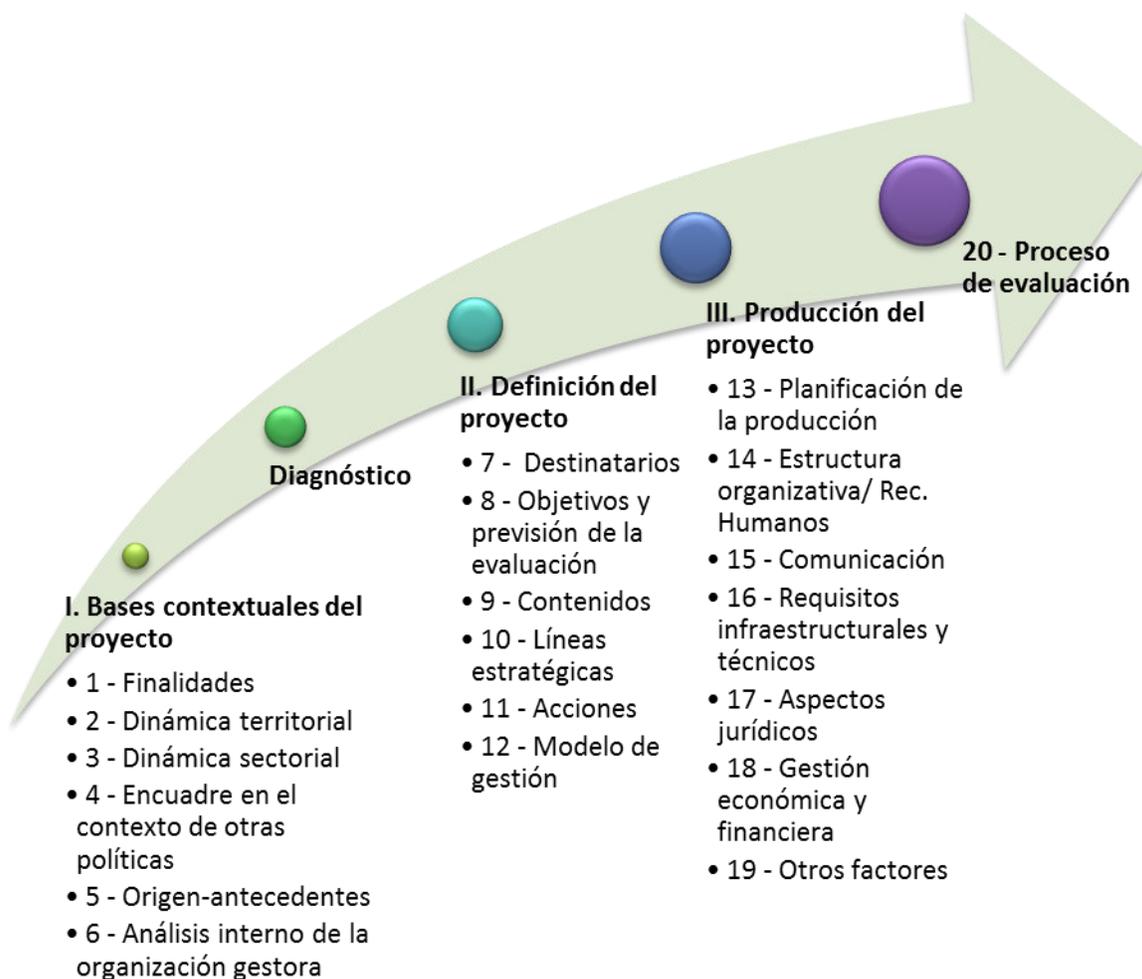
Es lo más parecido a la realidad que se tiene justo antes de llevar a cabo el proyecto. Es el documento que compromete al equipo. Por sus resultados lo juzgarán. Contiene todo el detalle necesario para su ejecución, tanto a nivel de las ideas, las acciones, la gestión, etc. Es como el manual de trabajo para el equipo y a él se remiten los profesionales para su desarrollo.

- El proyecto realizado

Es el proyecto definitivo y es la resultante de la incorporación de todos los cambios habidos durante su realización. Ejerce de memoria en algunos casos. Significa el cierre definitivo del ciclo vital de todo proyecto cultural.

Roselló (2006), en esta guía de *Diseño y Evaluación de Proyectos Culturales* presenta un esquema de diseño de proyectos culturales que incluye como última etapa la evaluación y que podemos revisar a continuación:

Imagen 10. Resumen del esquema para el Diseño de Proyectos Culturales



Fuente: Elaboración propia, Martínez (2016) en base a Roselló (2006:19)

La evaluación es un elemento de suma importancia, el cual muy pocas veces es utilizado. Es importante mencionar que la evaluación de un proyecto no sólo se

realiza al finalizar la ejecución, la evaluación es un proceso que toma lugar desde el inicio de la elaboración de nuestro proyecto.

La evaluación del proyecto se lleva a cabo durante la fase preparatoria de planificación, durante la ejecución del mismo y sobre todo al final de nuestra intervención. Tendremos así tres grandes áreas de evaluación: los resultados, el proceso y el impacto. Estando ya prevista anteriormente, se trata de realizarla con todos los instrumentos de que disponemos. Una buena evaluación es la antesala para un buen proyecto en el futuro. (Roselló, 2006:54)

Proyectos culturales en instituciones municipales, estatales y nacionales

Los institutos de cultura, a nivel municipal, estatal o nacional, abren convocatorias con el fin de otorgar estímulos a aquellos creadores en el arte o gestores culturales. Estos estímulos responden a una necesidad social, enfocada a aquellos creadores o promotores que necesitan un apoyo para poder continuar creando, por lo tanto, estas instituciones tienen el compromiso de entregar los apoyos correspondientes de manera justa y transparente. Es por este motivo que estos estímulos se someten a un proceso de selección, y he ahí otro aspecto por el cual es fundamental la elaboración de proyectos, ya que además de la creatividad, talento y atractiva propuesta, se deben seguir los lineamientos que cada institución establezca (García, 2006).

Estas convocatorias tienen como fin promover el desarrollo cultural del país a mediano y largo plazo, mediante el estímulo a la creación y calidad artística entre los creadores mexicanos, conjuntando los recursos provenientes de las instituciones gubernamentales y la sociedad civil (García, 2006).

A nivel nacional, el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA) abre convocatorias, la mayoría anuales, para que los jóvenes creadores o creadores con trayectoria puedan participar y recibir su apoyo, enviando sus proyectos. FONCA también lanza convocatorias para los gestores o promotores culturales. El

proceso para poder participar por estos estímulos, incluye varios pasos, los cuales pueden revisarse on-line o impresos. En su sitio web comentan:

Si estás interesado en solicitar un apoyo del FONCA, busca la convocatoria en el sitio web de la institución (<http://fonca.conaculta.gob.mx>). También podrás encontrarla impresa en las oficinas del FONCA o bien en las distintas universidades e institutos de cultura de todo el país. Lee detenidamente la convocatoria y presenta tu propuesta tal y como se establece en las bases generales de participación del programa de tu interés... Tu propuesta, como todas las demás que se reciban, será evaluada en tres fases: En la fase administrativa, el FONCA revisa que tu propuesta cumpla con todos los requisitos que se establecen en las bases generales de participación: documentos, materiales y tiempos de entrega). Si tu propuesta cumple plenamente con los requisitos accederá a la segunda fase; de otra manera será desechada. Las fases, técnica y de selección final, las llevan a cabo diversas comisiones de dictaminación, reunidas a solicitud del FONCA y conformadas por creadores especialistas en cada una de las disciplinas que comprenden los diferentes programas. En atención a los criterios que establecen las bases generales de participación de cada programa, las comisiones evalúan las propuestas y asignan los estímulos correspondientes.

Dentro de lo que nos interesa en esta investigación, revisaremos la convocatoria 2016 para el Fomento a Proyectos y Coinversiones Culturales que ofrece el FONCA (2016:2-14):

Con la finalidad de estimular el desarrollo cultural de nuestro país y apoyar la iniciativa de creadores, intérpretes, investigadores, promotores y educadores para la realización de proyectos integrales que contemplen una salida al público en un lapso máximo de 12 meses, la Secretaría de Cultura

por medio de la presente convocatoria ofrece apoyos económicos en dos modalidades de financiamiento:

Fomento: se otorgan hasta \$250,000 pesos mexicanos a iniciativas que no cuenten necesariamente con otras aportaciones económicas.

Coinversión: se otorgan hasta 500,000 pesos mexicanos a propuestas que cuenten con aportaciones, en efectivo o en especie.

Las disciplinas que esta convocatoria abarca son: Arquitectura, Artes Visuales, Danza, Estudios Culturales, Interdisciplina, Letras, Medios Audiovisuales, Música, Teatro, Proyectos para niños.

Entre los requisitos se encuentra:

Presentar un proyecto que deberá concluirse en un plazo máximo de 12 meses, considerando siempre la etapa de presentación del producto final o la salida al público. Dicho proyecto deberá tener características que se apeguen a los lineamientos de este programa y no tener cabida en otras convocatorias del FONCA.

Para participar en la convocatoria del Programa de Fomento a Proyectos y Coinversiones Culturales 2016, el FONCA solicita diferentes tipos de documentos:

- Documentos personales: se refiere a aquellos documentos que identifican al aspirante.
- Documentos del proyecto: se refiere a los documentos que se relacionan con el proyecto presentado.
- Anexos: son los documentos o materiales que respaldan el proyecto. Varían por la disciplina en la que se registre el aspirante o la forma de operación de los proyectos, entre otros puntos.

- Documentos probatorios: son los que acreditan la trayectoria del aspirante y la forma de participación, entre otros aspectos.

El FONCA también ofrece estímulos a los jóvenes creadores y creadores con trayectoria en las siguientes disciplinas: Arquitectura (Diseño arquitectónico), Artes Visuales (Escultura, Fotografía, Gráfica, Medios alternativos, Narrativa gráfica, pintura), Danza (coreografía), Letras (cuento, ensayo creativo, novela, poesía), Letras en lenguas indígenas (crónica y relato histórico, cuento y novela, dramaturgia, ensayo creativo, guiónradiofónico, poesía), Medios audiovisuales (guión cinematográfico, multimedia, video), Música (composición acústica, electroacústica y con medios electrónicos, composición de otros géneros), Teatro (dirección escénica, diseño de escenografía, iluminación, sonorización y vestuario, dramaturgia).

Los jóvenes creadores seleccionados recibirán mensualmente el monto económico de \$8,532.20 (ocho mil quinientos treinta y dos pesos 20/100 M.N.) por un periodo de un año.

Los documentos requeridos son los mismos que en la convocatoria del Programa para el Fomento a Proyectos y Coinversiones Culturales, que ya mencionamos.

Instituto Cultural de León

La convocatoria del ICL tiene la finalidad de estimular y contribuir al desarrollo artístico de los creadores del municipio. El H. Ayuntamiento de León, a través del Instituto Cultural de León, presenta la Convocatoria para el Programa de Apoyo a la Producción y Desarrollo Artístico y Cultural, por medio del cual se otorgarán apoyos económicos hasta por \$40, 000.00 M.N. en las siguientes categorías:

- Teatro
- Danza
- Música

- Literatura
- Artes Visuales
- Cine
- Promoción cultural independiente

Bases de participación:

- La participación implica la aceptación plena de las bases de la presente convocatoria.
- Ser mexicano o extranjero, con residencia mínima comprobable de los 2 últimos años en la ciudad de León, Guanajuato.
- Tener 18 años cumplidos al momento de postularse
- La entrega de proyectos será únicamente vía correo electrónico

Proceso de selección:

- Los aspirantes sólo podrán participar con un proyecto, ya sea individual o colectivo.
- La evaluación y selección de los proyectos beneficiados será realizada por un jurado especializado en cada disciplina.
- La selección de los proyectos se realizará en 2 etapas:
 - Etapa técnica: El comité Organizador descartará los proyectos que no cumplan con todos los documentos o datos solicitados.
 - Etapa artística: Estará a cargo de 7 jurados invitados por el Comité Organizador.
- El comité Organizador tendrá la facultad de solicitar la presencia de los postulantes para ampliar la información sobre el proyecto presentado sin que esto le asegure ser seleccionado.
- La decisión del jurado y los montos otorgados por el mismo son inapelables y tendrá la facultad de asignar, de considerarlo adecuado, un apoyo menor al solicitado por el solicitante.
- El jurado podrá declarar una o más categorías desiertas.

Documentos del artista o representante del grupo:

- Formato de solicitud firmado por el artista o representante del grupo. Podrá descargarse a través de la página web: www.institutoculturaldeleon.org.mx
- Acta de Nacimiento (en caso de ser extranjero, copia de documento oficial que acredite su residencia legal en México).
- Identificación oficial (IFE, pasaporte, licencia de manejo).
- Comprobante de domicilio reciente (máximo 2 meses anteriores)
- Carta de residencia (mínimo de 2 años en la ciudad de León).

Información general del proyecto:

- Deberá enviarse en formato PDF con los datos en el siguiente orden:
- Nombre del proyecto
- Nombre del artista o grupo o colectivo que lo presenta
- Currículum vitae individual y, si es su caso, del grupo o colectivo
- Referencias del artista, grupo o colectivo. Describir los antecedentes del trabajo cultural que ha desarrollado y sustentarlo con fotografías, video, reseñas periodísticas, blogs.
- Objetivo del proyecto
- Público al que va dirigido
- Alcance, impacto y beneficios que generará el proyecto hacia el público al que va dirigido
- Descripción del proyecto: Actividades, recursos, plazos y productos. Definir con claridad y coherencia la relación entre objetivo, actividades, recursos, plazos y productos finales.
- Describir el producto y resultado cultural que se obtendrá al realizar el proyecto
- Cronograma: describir de forma detallada y calendarizada por mes cada una de las actividades que se llevarán a cabo.
- Monto solicitado y programación de administraciones.

- Si el proyecto cuenta con otros apoyos económicos o en especie provenientes de alguna institución, grupo, empresa, asociación, particular o persona ajena al ICL, deberá especificarse por escrito la naturaleza, procedencia, monto y condiciones del apoyo.
- Anexos: algunos elementos e información que podría anexarse de acuerdo a las características del proyecto participante en cada disciplina.

Papel del Gestor en un Proyecto Cultural

Dentro de los aspectos que profesionalizan y le dan un carácter más formal al gestor cultural dentro de su labor, es la elaboración de proyectos. El gestor no sólo debe diseñar y ejecutar, parte de estas labores conllevan aspectos que ya hemos mencionado anteriormente como las habilidades o el perfil del gestor, pero aplicándolos también en su disposición de elaborar proyectos,

Como Galindo(2010:3) menciona que dentro de los proyectos culturales, el gestor es quien decide “cuáles sistemas de información son lo que hay que impulsar, debilitar o mantener, lo que en otros contextos se denomina como formas culturales”. Así, una de las maneras de organizar estos procesos de selección es con el diseño de proyectos culturales, que si bien trabajan con factores intangibles, es indispensable que se les identifique, diseñe, organice, ejecute y evalúe, según objetivos e indicadores concretos.

Es importante subrayar que entre las cualidades que debe tener el profesional que diseña y gestiona proyectos se encuentran: la adaptabilidad, capacidad de análisis y síntesis, sensibilidad para identificar problemas o situaciones susceptibles de cambios, facilidad para elaborar presupuestos y control de gastos, liderazgo para coordinar equipos de trabajo y, aunque no parezca tan importante, buena ortografía y redacción a fin de plasmar en palabras de la mejor manera posible las ideas que dan origen al proyecto, ya que finalmente, la carpeta que entregue será su carta de presentación y determinará la aceptación o no de la propuesta.

Proyectos Culturales en la Licenciatura en Cultura y Arte

Se elaboró una lista con todos los proyectos culturales de alumnos vigentes dentro del periodo en que se llevó a cabo esta investigación (Finales del año 2013 y principios del 2014) con el fin de documentar el impacto que los estudiantes de la licenciatura en Cultura y Arte han tenido dentro de su labor de gestión. Se contactó a los responsables de cada proyecto a través de redes sociales (Facebook) y se acordaron fechas para platicar con ellos y realizarles entrevistas. Algunas entrevistas se llevaron a cabo a través de estas redes y otras fueron cara a cara. Los alumnos que lo permitieron, facilitaron el proyecto cultural por escrito, con el fin de poder evaluarlo e identificar distintos aspectos importantes para esta investigación. Además de la investigación en redes sociales para identificar su presencia en redes y el uso que le dan a estas.

A continuación se presentan las características de algunos proyectos de alumnos.

Cuadro 11. Proyecto Colectivo Curemos

| | |
|---|--|
| Director del proyecto: | Colectivo curemos |
| Año de inicio: | 2011 |
| Ubicación: | Departamento de Estudios Culturales |
| Profesor responsable del proyecto: | Alejandro Martínez de la Rosa |
| Inscripción del proyecto | El colectivo CUREMOS surge de la necesidad de un grupo de estudiantes de la licenciatura en Cultura y Arte de realizar exposiciones de gran calidad, procedente de investigaciones serias y sin fines de lucro, poniendo en práctica los conocimientos en cuanto a la gestión de proyectos y exposiciones. |
| Equipo de trabajo | Marcela M. Mena Barreto – Curaduría |
| | Rosa Olivia Serrano Sánchez – Servicios Educativos |
| | Nelly Chávez Palma – Difusión |
| | L. Jessica Gómez Luna – Difusión |
| | Hely Ramírez Márquez – Diseño y Museografía |
| | Diego Armando Valadez Aguirre – Diseño y Museografía |
| | Ixchel Ledesma Guadarrama – Administración |
| Redes sociales | Facebook |
| | Twitter |

Fuente: Entrevista con el coordinador del proyecto (2014).

Cuadro 12. Proyecto Festival de Día de Muertos

| | |
|---|---|
| Director del proyecto: | María Fernanda MendozaAguayo |
| Año de inicio | 2014 |
| Ubicación | Departamento de Estudios Culturales |
| Profesor responsable del proyecto: | |
| Inscripción del proyecto | |
| Equipo de trabajo | Amanda Grimaldo Trujillo: Coordinadora administrativa |
| | César Afanador Sambrano: Difusión-redes sociales |
| | Sandra Losada Zambrano: Logística |
| | Isabel Flores Gutiérrez: Logística |
| | Gladys Longoria: Recursos humanos |
| | Selene García Muñoz: Administrativo |
| Redes sociales | Facebook |
| | Twitter |
| | Instagram |
| | Grupo fb para los organizadores –Whatsapp |

Fuente: Entrevista con el coordinador del proyecto (2014).

Cuadro 13. Proyecto Poemas Vía Susurro

| | | |
|---------------------------------|-------------------------------------|---|
| Director del proyecto: | Colectivo Poemas Vía Susurro | |
| Año de inicio: | 2010 | |
| Ubicación: | Departamento de Estudios Culturales | |
| Profesor responsable: | | |
| Inscripción del proyecto | | |
| Equipo de trabajo | Dirección general | <ul style="list-style-type: none"> • Coordina departamentos • Está informada de horarios, ocupaciones y problemas de todos • Aprueba propuestas |
| | Asistente de dirección | <ul style="list-style-type: none"> • Control interno del grupo • Hace informes de reuniones • Digitaliza lista de asistencia y retardos |
| | Dirección escénica | <ul style="list-style-type: none"> • Planeación de ensayo • Planeación de montaje • Propuesta de vestuario • Entrenamiento actoral • Logística interna funciones • Casting *Manual de ejercicios • Evaluaciones individuales |
| | Representación y gestión | <ul style="list-style-type: none"> • Encargada de ventas • Presentación del proyecto • Logística externa de funciones • Atención a becas • Atención a convocatorias |
| | Difusión | <ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de patrocinios • Redes sociales • Medios de comunicación • Recopilación de información |
| | Registro | <ul style="list-style-type: none"> • Diseño y fotografía • Recopilación de material |
| | Producción | <ul style="list-style-type: none"> • Presupuestos por pedido • Compras todo material (tubos, pintura, pastillas, agua, vestuario, perfume...) • Registro de pagos • Inventario recursos |

| | | |
|-----------------------|---------------------|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Pago de sueldos • Manual de pago equitativo |
| | Selección literaria | <ul style="list-style-type: none"> • Sugiere, revisa y autoriza textos • Feeling poético |
| Redes sociales | Facebook | |

Fuente: Entrevista con el coordinador del proyecto (2014).

Cuadro 14. Proyecto Cine Martes de Terraza

| | |
|---|--|
| Director del proyecto: | Héctor Adrián Ramírez Ontiveros |
| Año de inicio: | 2012 |
| Ubicación: | Departamento de Estudios Culturales |
| Profesor responsable del Proyecto: | Mtra. Carlota Laura Meneses Sánchez |
| Inscripción del proyecto | Proyecto que se basa en el historial del cineclub y en busca ajustar los ámbitos que necesitaban mejorar, principalmente la difusión. Cine Martes de Terraza ofrece de manera libre un lugar en el cual se pueda acercar el público con gusto por el cine. |
| Equipo de trabajo | Adrián Ramírez Dirección / Difusión |
| | Andrea Asistente Dirección / Eventos Especiales |
| | Samael Producción / Asistente Eventos Especiales |
| | Andre / Producción |
| | Antonio Zúñiga / Difusión Redes Sociales |
| | Patricia Villagrán Difusión Redes Sociales / Producción |
| | Leonardo Difusión Medios / Producción |
| | Karen Castillo / Encargada de Montaje |
| | Luisa / Encargada de Montaje |
| Redes sociales | Facebook: facebook.com/cinemartesda Terraza |
| | Twitter: twitter.com/CineMartesUG |

Fuente: Entrevista con el coordinador del proyecto (2014).

Los Screenshots son impresiones o fotografías que se le pueden tomar a la pantalla de una computadora y plasmar la imagen que se esté viendo en el momento. Estas son fotografías de la apariencia de algunos perfiles de los proyectos culturales de alumnos que se tomaron a la fecha de la elaboración de esta investigación. Los perfiles pertenecen a la cuenta en Facebook o Twitter de proyectos como Cine Martes de Terraza, Creacine, Catrinas, Poemas Vía Susurro y Colectivo Curemos.

A continuación se presentan algunos “screenshots” o fotos de los perfiles en Internet de los proyectos de alumnos de la Licenciatura en Cultura y Arte.

Imagen 11. Screenshot en Facebook del Proyecto *Cine Martes de Terraza*



Fuente: Página de Facebook del Proyecto Cine Martes de Terraza.

Imagen 12. Screenshot en Twitter del Proyecto Cine Martes de Terraza



Fuente: Cuenta de Twitter del Proyecto Cine Martes de Terraza.

En Twitter las actualizaciones se conocen como “tweet” palabra o más bien onomatopeya, que en inglés simula el sonido que emite alguna ave. Estas actualizaciones se comparten de manera pública o privada, con la lista de seguidores que un usuario tenga. En twitter, sólo se pueden utilizar 140 caracteres para compartir algún pensamiento, opinión o compartir algún contenido de nuestro proyecto o negocio (dependiendo cuál sea el propósito de la cuenta).

En twitter también se pueden compartir fotos, videos, enlaces y crear listas dependiendo de ciertos criterios, de personas que reúnan cierto perfil o que queramos agrupar más específicamente. También existen los mensajes privados, los cuales sólo se pueden enviar entre cuentas de dos usuarios que se sigan mutuamente. Hay herramientas que nos permiten marcar como favorito un tweet, si nos ha gustado mucho o queremos “retuitearlo” más tarde, con la herramienta conocida como “retweet” podemos compartir la actualización de otro usuario con nuestros seguidores, como si estuviéramos citando lo que alguien más dijo.

Imagen 13. Screenshot en Facebook del Proyecto Catrinas



Fuente: Página en Facebook del Proyecto Catrinas UG.

Como se puede apreciar en estas imágenes, los perfiles en Facebook pueden personalizarse haciendo uso de algunas funciones como: foto de portada, en la cual, se puede poner una fotografía que servirá de fondo o cabecera en nuestro perfil de Facebook, esta foto es independiente a la foto de perfil, la cual, como

apreciamos en esta imagen, se localiza del lado izquierdo en un pequeño cuadro, el cual, dependiendo de la configuración de privacidad del usuario, puede darse un clic y verla en un tamaño más grande o no.

Imagen 14. Screenshot en Facebook del Proyecto Poemas Vía Susurro



Fuente: Página de Facebook del Proyecto Poemas Vía Susurro.

Los perfiles en Facebook también nos dan diferentes opciones sobre las cuales dar clic y poder acceder a la información que el usuario nos permita. Se puede ver la “biografía” en la cual, se podrán visualizar las publicaciones que el usuario haga sobre su perfil o las publicaciones que otros usuarios hagan en su “muro” como se le conoce a la página principal del perfil de cada persona, se pueden poner fotos, texto, videos, enlaces, música, etc. La siguiente opción es la de información, donde se pueden poner datos más específicos como lugar de residencia, lugar de origen, edad, fecha de cumpleaños, situación sentimental, intereses, etc.

En la sección de fotos se pueden ver las fotos de la biografía, de perfil, de portada, subidas con el teléfono celular o las que más personas han compartido en nuestro

muro, claro, todo esto dependerá de la configuración de privacidad que el usuario tenga en su perfil. También se puede enviar un mensaje privado, seguir o no seguir al usuario para poder estar al tanto de sus actualizaciones e interacciones con otros perfiles en Facebook, o eliminar y bloquear al usuario si así se desea.

Imagen 15. Screenshot en Facebook del Proyecto Colectivo Curemos



Fuente: Página en Facebook del Proyecto Colectivo Curemos.

En esta sección se tomó como punto de partida el perfil que debe tener un gestor y promotor cultural con respecto a su papel en la elaboración de proyectos culturales, realistas, precisos y bien fundamentados. Por tanto, queda claro que el gestor debe estructurar un proyecto que le permita considerar y evaluar continuamente aspectos de tiempo, costos, materiales y equipo humano con el fin de alcanzar los objetivos previstos y así poder aspirar en ciertos casos, a los apoyos que brindan las instituciones culturales, apegándose a los lineamientos de las convocatorias locales y nacionales.

En el caso particular de la licenciatura en Cultura y Arte, se identificaron y documentaron cuatro proyectos culturales enfocados a diferentes disciplinas artísticas: Colectivo Curemos, Festival Día de Muertos, Poemas Vía Susurro y Cine Martes de Terraza. Después de analizar cada uno de ellos, podemos concluir hasta el momento que todos reúnen características similares, un director o

coordinador que en algunos casos es apoyado por un profesor responsable del proyecto; un equipo de trabajo con responsabilidades definidas; así como el empleo de redes sociales, especialmente Facebook y Twitter, como medios de difusión y promoción de sus respectivos proyectos.

CAPÍTULO 4

Redes sociales en internet

¿Qué son las redes sociales en internet?

Las redes sociales son estructuras sociales que se componen por grupos de personas con algún tipo de relación o parentesco en común. Más específicamente las redes sociales de Internet son un medio de comunicación social, cuyas plataformas están diseñadas para establecer relaciones con otras personas.

Estas redes están basadas en la teoría de los seis grados, según la cual, cualquier persona en la Tierra puede estar conectada a cualquier otra a través de una cadena de conocidos que no tiene más de seis eslabones humanos.

Milgram (1960) llevó a cabo un experimento, donde entregó la misión a más de cien personas, de entregar una carta a un hombre de negocios en Boston. La gente debía enviar esa carta al conocido que ellos pensarán, era más factible de poder conocer al hombre. Los resultados fueron impresionantes, en una media, no llevaba más que seis personas (incluyendo al hombre en Boston) para que las personas hicieran llegar esa carta hasta él.

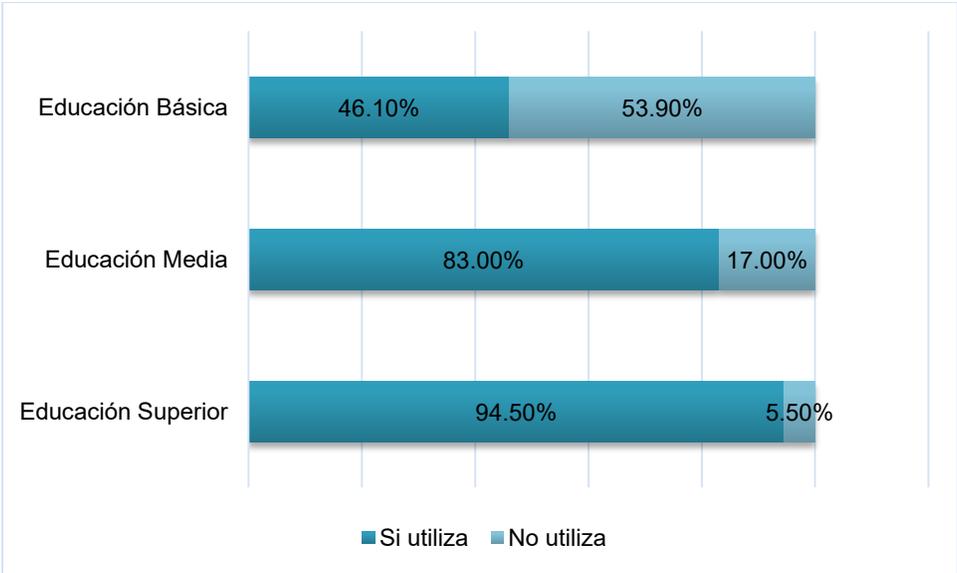
Una red social en Internet podría definirse de forma sencilla como aquel lugar de la web en el que se pueden compartir mensajes, fotos y vídeos con el grupo de “amigos” y localizar “nuevas amistades”. Una red social se crea de forma espontánea entre personas que se invitan para formar parte de ella. Algunas redes se crean por amistad, otras por trabajo, por un conocimiento específico o un hobby. (García, 2010:19-20)

Redes sociales más populares

En 2015, se aplicó la primera Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) de INEGI registrando un total de 62.4 millones de usuarios de internet en México, lo que representa el 57.4% de la población de más de seis años en el país y el 73.6% entre la población joven (6 a 34 años).

En la Era del Conocimiento, el acceso a Internet se encuentra relacionado estrechamente con el nivel de estudios. “De la población que cuenta con estudios de nivel superior (licenciatura o posgrado), nueve de cada diez ha incorporado el uso de internet en sus actividades habituales” (INEGI, 2016) Ver gráfica 1.

Gráfica 1. Usuarios de internet por nivel de escolaridad en México, 2015



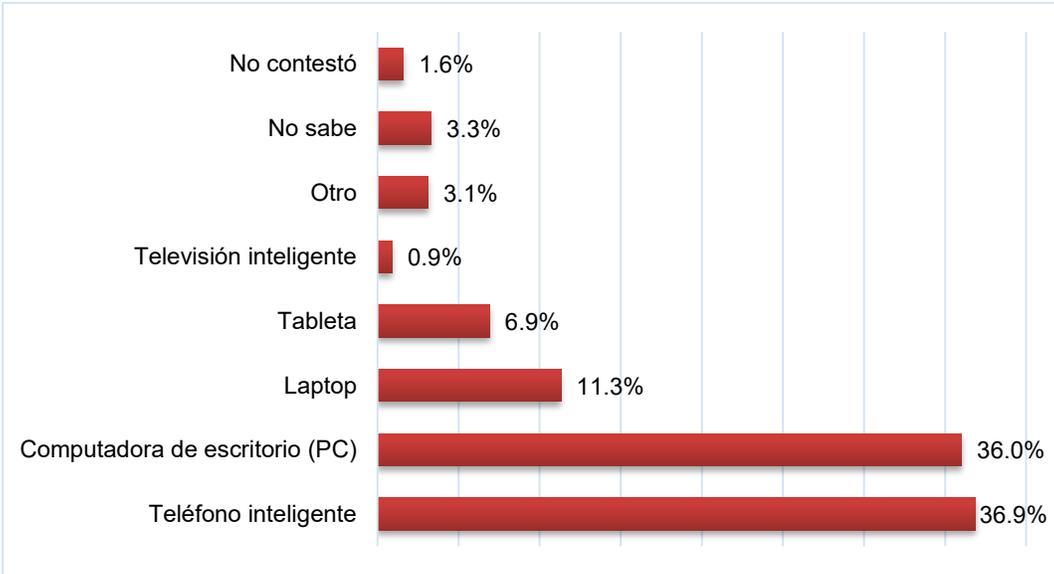
Fuente: INEGI, ENDUITH, 2015.

Nota: Se excluyó la población sin escolaridad o que omitió indicar su nivel de escolaridad.

Para el caso del municipio de León, la encuesta realizada también en 2015 por el Gabinete de Comunicación Estratégica arrojó en sus estadísticas una proporción de 70.3% usuarios de internet (ciudadanos mayores de 18 años que cuentan con línea telefónica en su hogar) frente al 29.4% sin acceso a dicho servicio. Mientras

que, aquellos dispositivos que utilizan los habitantes del municipio de León para conectarse a internet son principales los teléfonos inteligentes y las computadoras de escritorio. Ver gráfica 2.

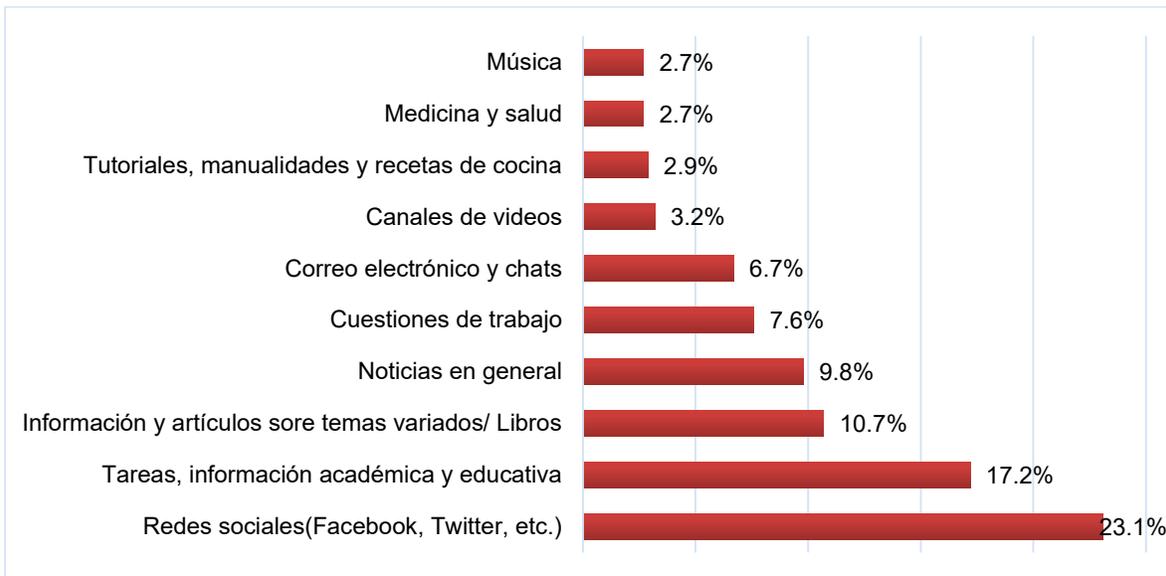
Gráfica 2. Dispositivos para conectarse a internet en el municipio de León



Fuente: Elaboración propia, en base a los datos obtenidos del Gabinete de Comunicación Estratégica, 2015.

Respecto de los usos de internet, destaca el empleo de las redes sociales (23.1%), seguida de la realización de tareas, búsqueda de información académica y educativa (17.2%) así como la consulta de libros e información sobre temas variados (10.7%), como las tres respuestas principales, mientras que las cuestiones laborales ocuparon apenas el 7.6%, según la encuesta 2015 en el municipio de León del Gabinete de Comunicación Estratégica. Ver Gráfica 3.

Gráfica 3. Tipo de consulta en internet en León



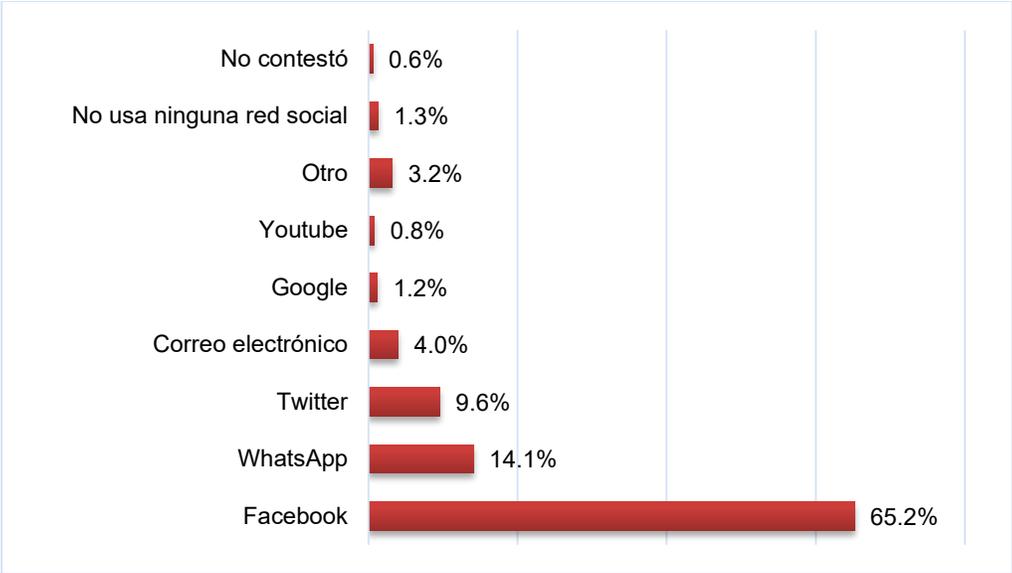
Fuente: Elaboración propia, en base a los datos obtenidos del Gabinete de Comunicación Estratégica, 2015.

La web 2.0 está orientada hacia la interacción entre usuarios. Mediante el uso de distintas aplicaciones facilita que las personas puedan compartir información en todos los formatos –texto, audio, imagen o vídeo- y potencia la colaboración entre ellas(García, 2010:18).

Según datos de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), en el año 2015 en nuestro país, el 93% de los encuestados dijeron tener acceso a una red social (principalmente Facebook, WhatsApp, YouTube y Twitter), frente al 7% que aseguraron no utilizar ninguna red social por razones de privacidad, desinterés y falta de tiempo, como principales respuestas.

Mientras que en 2015 y a nivel del municipio de León, el 46.2% dijo contar con acceso a una red social mientras que el 53.8% aseguró no tener acceso a ninguna. Como la red social más utilizada destaca Facebook, seguida de WhatsApp y Twitter (Gabinete de Comunicación Estratégica, 2015). Ver gráfica 4.

Grafica 4. Red social más utilizada en el municipio de León



Fuente: Elaboración propia, en base a los datos obtenidos del Gabinete de Comunicación Estratégica, 2015.

En cuanto a la frecuencia de uso de estas redes sociales, encontramos que para el caso de León, el 72.9% ingresa diariamente, el 17.1% cada tercer día y el resto (10%) ingresa a sus cuentas una vez a la semana, quincenalmente o mensualmente.

Mientras que, los tres fines principales que los motivan a acceder a sus redes sociales son: 1) enterarse de lo que hacen amigos/familia, 2) informarse de sucesos políticos y públicos, 3) ver y compartir videos, chistes o cosas graciosas como memes.

Muy a pesar de que el 67.6% de los encuestados leoneses reconocen la información publicada en las redes sociales como no confiable. En general, el

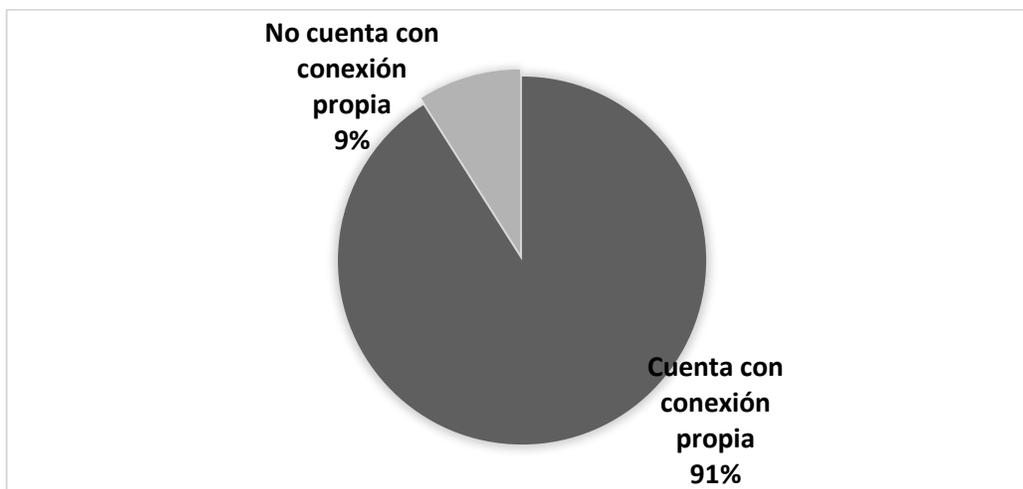
30.9% reconoce mayor credibilidad en la información publicada en los periódicos, seguida del 23.3% en internet y el 20.9% en los medios televisivos (Gabinete de Comunicación Estratégica, 2015).

Las cifras de los estudios anteriores aplicados a internautas del país y del municipio de León, nos muestran en un panorama más general el uso que las personas le están dando a internet y las redes sociales. Pero, ¿qué porcentaje de los creadores o gestores relacionados al ámbito cultural acceden a internet y hacen uso de estas redes sociales para su labor de difusión, promoción y gestión?

Con el fin de comenzar a dar a respuesta a esta cuestión, se tiene como referencia un estudio realizado en 2012 en el Distrito Federal en el que se emplearon datos del Censo Económico 2009 y se diseñó una encuesta para compensar la información faltante de los datos oficiales para posteriormente realizar un cruzamiento de variables que vinculara la situación laboral de los jóvenes y el uso de las redes sociales. Tal estudio se concentró exclusivamente en artistas audiovisuales cuya edad oscilaba entre los 18 y los 35 años (Piedras, Rojon, Arriaga y Rivera, 2012).

De los datos obtenidos, se determinó que el 91% de los artistas que residen en el Distrito Federal cuentan con una conexión a Internet. Ver gráfica 5.

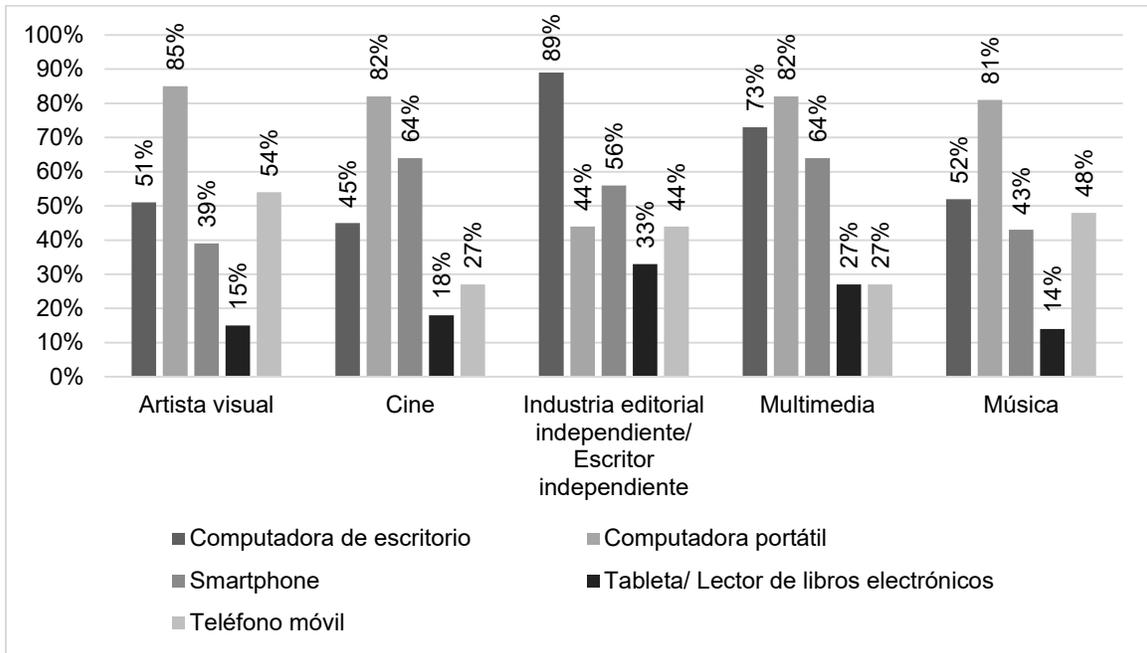
Gráfica 5. Conexión a internet en el Distrito Federal



Fuente: Elaboración propia en base a las estadísticas de la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismae, S.C.

Los dispositivos que utilizan, también fueron clasificados por sector del arte, entre los más utilizados destacan las computadoras portátiles y los menos usados son la tableta y el teléfono móvil con sus variantes para cada actividad artística. Ver gráfica 6.

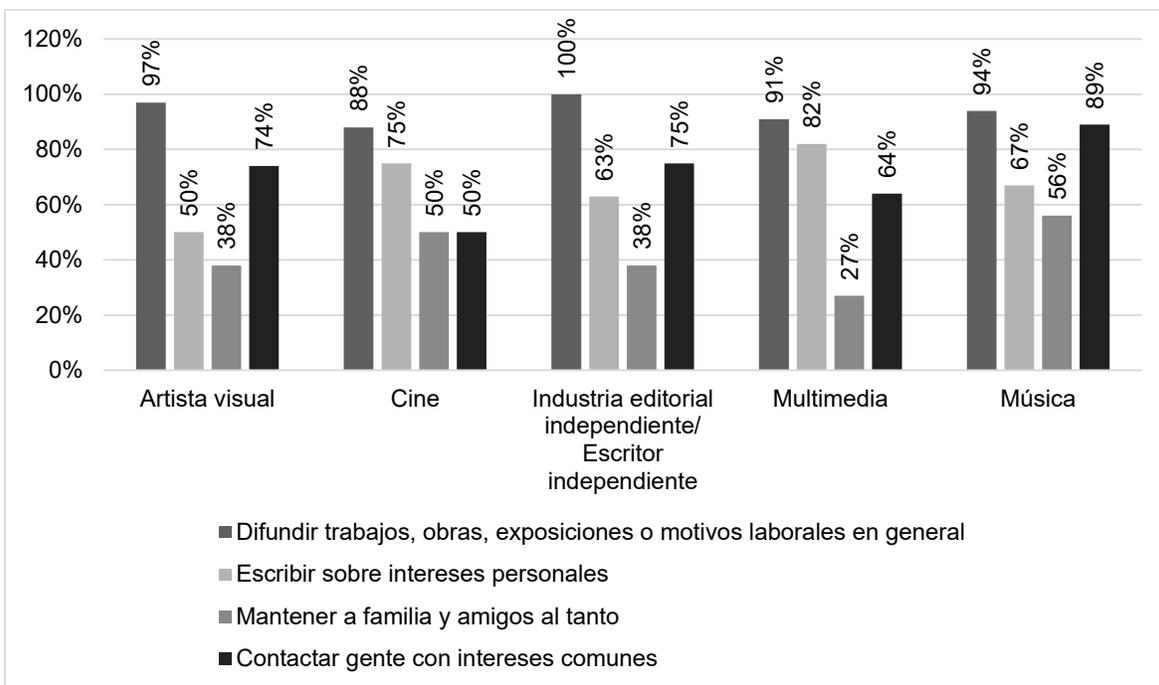
Gráfica 6. Dispositivos TIC por actividad artística



Fuente:Elaboración propia en base aNomismae y la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismae, S.C.

El uso que le dan a los sitios y redes sociales en internet también se clasificó por disciplina y los resultados fueron los siguientes:

Gráfica 7. Uso de sitios por actividad artística

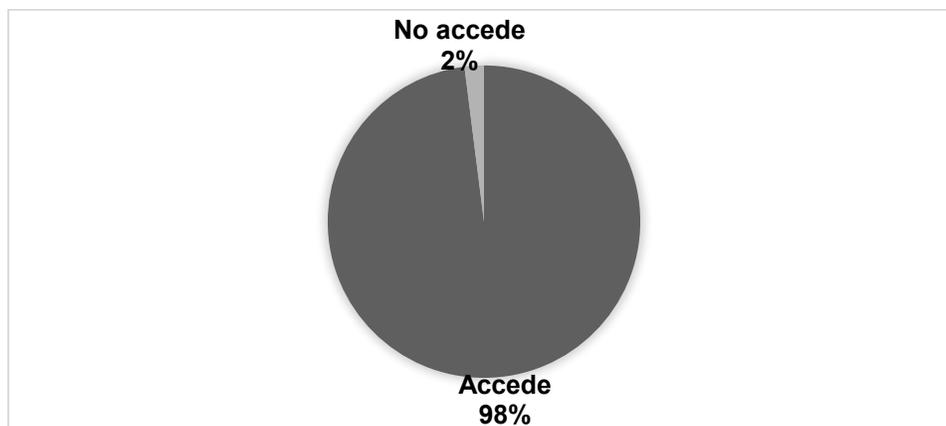


Fuente: Elaboración propia en base a Nomismae y la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismae, S.C.

Así que, los artistas de estos cinco ámbitos coinciden en ocupar las redes sociales y los distintos sitios de internet por motivos laborales, para difundir sus trabajos y obras y en segunda instancia, pero que guarda una estrecha relación con el principal motivo, contactar gente con intereses comunes.

El 98% de los encuestados accede a redes sociales:

Gráfica 8. Acceso a redes sociales



Fuente: Elaboración propia en base a Nomismae y la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismae, S.C.

Y las redes a las cuales acceden son las siguientes:

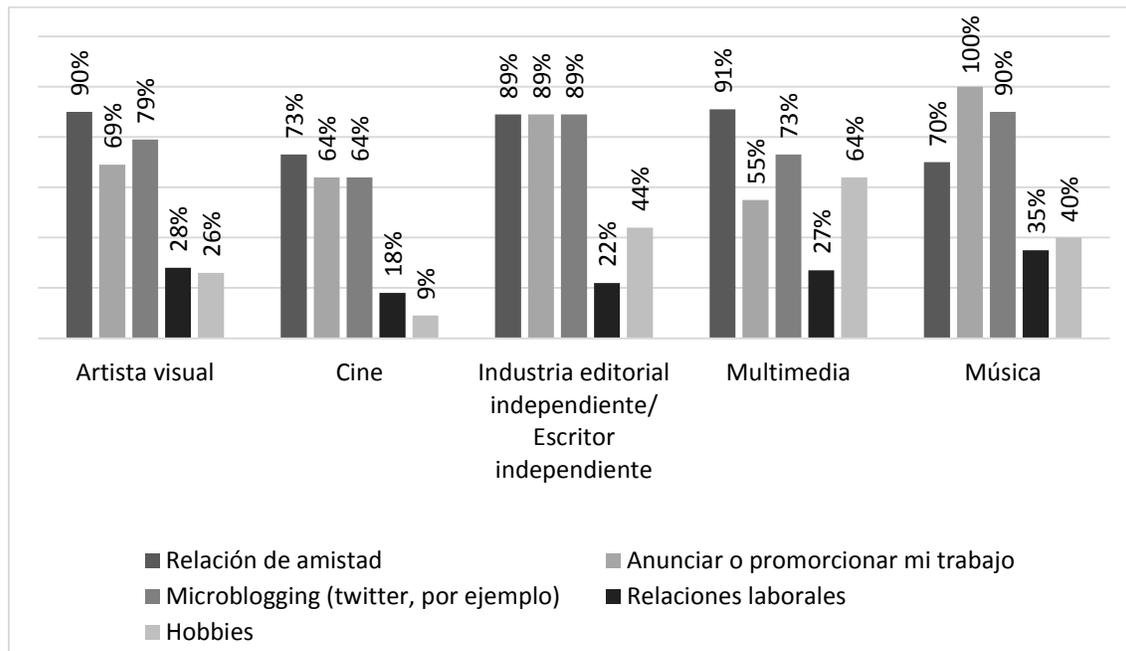
Cuadro 15. Redes sociales por actividad artística

| | Artista visual % | Cine % | Industria editorial independiente/ Escritor independiente % | Multimedia % | Música % | Artistas D.F. % |
|------------|------------------|--------|---|--------------|----------|-----------------|
| Facebook | 95 | 80 | 100 | 100 | 100 | 96 |
| Twitter | 67 | 90 | 89 | 100 | 82 | 79 |
| Google+ | 35 | 44 | 25 | 45 | 59 | 42 |
| MySpace | 21 | 22 | 13 | 22 | 42 | 26 |
| LinkedIn | 17 | 40 | 25 | 60 | 19 | 26 |
| Flickr | 51 | 22 | 25 | 44 | 29 | 40 |
| Lasf.fm | 9 | 0 | 33 | 33 | 22 | 17 |
| Tumblr | 65 | 0 | 33 | 70 | 29 | 47 |
| Deviantart | 27 | 0 | 33 | 50 | 13 | 24 |

Fuente: Elaboración propia en base a Nomismae y la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismae, S.C.

El uso de las redes sociales que domina en casi en todos los ámbitos artísticos de los encuestados es el de relación de amistad, seguido del anunciar o promocionar su trabajo, como lo vemos en la gráfica 9.

Gráfica 9. Uso de redes sociales por actividad artística



Fuente: Elaboración propia en base a Nomismae y la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismae, S.C.

Impacto de las Redes Sociales en los alumnos de la licenciatura en Cultura y Arte

La capacidad para adaptarse, casi como un rasgo de evolución o supervivencia, se hace aún más notoria al observar cómo la tecnología ha ido modificando los comportamientos, el ocio, la cultura y el trabajo. En este capítulo en particular, los jóvenes serán los protagonistas. Esos jóvenes, a veces, catalogados como *ninis* o apáticos, que la mayoría de las veces, son los jóvenes que cuentan con estas nuevas habilidades y herramientas digitales, que si a primera vista parecen ser apáticos o indiferentes, tal vez, sean los más pro-activos, autogestivos y dispuestos a romper las barreras y superar los retos con los que se encuentran hoy en día.

Durante el estudio en la licenciatura en cultura y arte, varios compañeros vimos emerger en nosotros varias interrogantes que ahora tienen mayor claridad y

respuesta en esta investigación. Somos la generación a la que le tocó enfrentarse con esta brecha, con esta reconfiguración cultural. Somos esa generación que creció con el modelo tradicional de comunicación y en lo laboral aspiramos a un estilo de vida que ya no existe o no puede concebirse de la misma manera. Tal vez este choque nos muestre un poco incrédulos ante el nuevo panorama, el cual, irremediablemente, ya ha transformado muchos aspectos de nuestra vida y al cual, ya en la práctica, sí brinda resultados.

Nos enfrentamos al reto de una precariedad en el ámbito laboral pero al mismo tiempo contamos con el conocimiento tecnológico. Tal vez esta incredulidad surge porque muchas veces, el uso de la tecnología está asociado con actividades sociales, pero más orientadas al ocio o al entretenimiento. Hemos estado expuestos a todas estas tecnologías y artefactos digitales, que casi inconscientemente, dominamos su uso y nos convertimos en expertos.

A continuación, se anexan los resultados que se obtuvieron al observar a un grupo de la licenciatura en Cultura y Arte. Este documento retrata un poco mejor esa mezcla de incredulidad y al mismo tiempo afirma cómo las redes sociales sí han causado un impacto en la difusión cultural:

Impresiones durante la observación en clase

La clase de Promoción Cultural que se imparte en el salón 2 del edificio del Departamento de Estudios Culturales, es una de las materias que, dentro del área profesional del plan de estudios de la Licenciatura en Cultura y Arte, es de las más enfocadas en profesionalizar a los alumnos y acercarlos a conocer la verdadera tarea que el promotor cultural debe cumplir. A las doce en punto, el Dr. Cordero se presenta para comenzar con la clase. El tema a tratar en esta sesión es el perfil del Promotor Cultural.

Los alumnos comienzan compartiendo su experiencia en el trabajo de campo que realizaron asistiendo a diferentes espacios relacionados a la cultura aquí en la

ciudad de León, Guanajuato, rápidamente capta mi atención los comentarios que comienzan a surgir, convenientemente enfocados a los medios digitales. Las alumnas que realizaron su visita al Archivo Histórico, nos comentan que la mayoría de la información, se encuentra en la página institucional y mencionan cómo los alumnos y el público que visita este espacio en general, prefieren la información digitalizada.

El siguiente equipo de alumnas en compartir su experiencia, son las que fueron a la Galería Coda, la cual, no lograron encontrar acudiendo físicamente en busca de ella. Después de recibir información incorrecta y no encontrar el lugar, fue gracias a su búsqueda en Internet que encontraron la dirección de la galería y pudieron llegar a ésta. En internet encontraron más información que la que pudieron captar personalmente, pero también mencionan que la información en la página de internet era insuficiente.

Conforme avanza la clase, el Dr. Cordero confronta a los alumnos sobre la dirección que quieren darle a su carrera como gestores culturales y cuál es el perfil que ellos creen que un gestor cultural debería tener. Existe una confusión entre el perfil y las habilidades. Empieza la lluvia de ideas, las habilidades que el promotor cultural deberían tener: comunicación, pro-activo, creativo, tener apertura, etc., pero en cuanto al perfil, las respuestas de los alumnos parecen no ser muy claras. Después de dialogar y debatir, el Dr. Cordero ayuda a los alumnos a organizar sus ideas y explica más gráficamente cuál es el perfil que un promotor cultural debe tener.

El Dr. Cordero nos comparte una nota, en la cual se habla de la gestión en un contexto más actual, en esta nota se manejan términos como *gestión anacrónica*, término que despierta la curiosidad de los alumnos. Esta nota es de relevancia para mi investigación, ya que habla de las nuevas tecnologías o el *social media* término que una alumna menciona y explica a los demás alumnos, ya que mencionan que no saben lo que es. Este momento es muy revelador, los alumnos muestran cierta incredulidad o dudas respecto al uso del social media o redes sociales en internet, para la difusión cultural. Me parece que esta hostilidad está

influenciada o es el resultado de la poca información o interés que se tiene en las redes sociales o medios digitales para usarlos como herramienta en su labor de difusión o gestión.

La impresión que tengo es mezclada: por una parte los alumnos muestran dudas sobre la difusión en internet pero durante la clase, observo que la mayoría tienen el celular sobre su mesa, a un lado de sus cuadernos o mochilas. Algunos alumnos revisan su celular frecuentemente, otros ocasionalmente y unos no le prestan atención. Otros alumnos tienen sus laptops abiertas para tomar notas de la clase. Obviamente, es una generación expuesta a los artefactos digitales en sus hábitos cotidianos. Están inmersos en la *ciberculturay* conectados a través de todos estos sitios y aplicaciones en internet, es decir, conocen las plataformas pero muchos no las consideran una herramienta. Después de haber escuchado cómo una de las habilidades más importantes del promotor es la apertura, me gustaría añadir que una habilidad también muy importante es la adaptación y la constante actualización. El promotor debe informarse para conocer las áreas de oportunidad y las nuevas tendencias.

Dos días más tarde, regreso para observar otra sesión de la clase de Promoción Cultural. El lugar es el mismo (salón 2) y esta vez los alumnos se presentan más puntuales. En esta sesión, el Dr. Cordero confronta de nuevo a los alumnos y ahora les pide que ellos mismos descubran cuál es su perfil como gestores culturales y cuál es el área de trabajo a la cual aspiran integrarse. Este ejercicio toma una cantidad de tiempo considerable. Parece ser una pregunta con una respuesta obvia o sencilla, pero hace que los alumnos reflexionen sobre sus intereses, su motivación e incluso los ayuda a conocerse un poco mejor, a nivel personal y profesional.

Después de esta sesión, llena de introspección y un poco de dudas existenciales. Los alumnos lucen muy satisfechos por haber obtenido un conocimiento más profundo de sus intereses y sus habilidades a desarrollar como futuros gestores culturales. El Dr. Cordero hizo hincapié en ambas clases, de cómo es importante tener un acercamiento real al ámbito cultural en nuestro entorno y cómo el trabajo

de campo que realizaron los alumnos les dio una visión más realista de cómo se trabaja dentro de la industria cultural. Es sobre la praxis que los alumnos pueden aprender grandes cosas que seguramente les serán útiles cuando concluyan la carrera y comiencen su labor como profesionistas.

En conclusión, los alumnos parecen tener la apertura necesaria para ir conociendo nuevas habilidades y herramientas que puedan ayudarlos a cumplir con su labor de gestores culturales. Están inmersos dentro de la cultura digital y tal vez lo estén tanto que no se den cuenta por completo, pero tienen en su poder una herramienta de trabajo: *social media* en sus bolsillos.

Entrevistas

Conforme se fueron aplicando las entrevistas, las respuestas coincidieron en los mismos aspectos cada vez. Estas entrevistas se realizaron a los alumnos titulares o encargados de los proyectos culturales. Algunas se realizaron cara a cara y otras más se realizaron a través de Facebook, herramienta la cual también nos ayudó a realizar el contacto con los proyectos que contaban con un perfil en dicha red social. Esto también ayudó para tener un acercamiento más realista con el uso de redes sociales en internet para la difusión, promoción y gestión cultural. Algunos perfiles tuvieron una respuesta inmediata, otros jamás respondieron.

En conclusión, después de esta observación, considero que las redes sociales se han convertido en un espacio que permite posicionarse y abrirse paso a los jóvenes creativos que se inician como artistas, creativos y empresarios y que por motivos diversos no han podido acceder a las instituciones o empresas para difundir o presentar sus obras.

A continuación se anexa el modelo de entrevista aplicado a los proyectos que se tomaron en cuenta dentro de esta investigación:

Nombre del proyecto:

Director del proyecto:

Año de inicio:

1 ¿Qué semestre de la licenciatura cursa?

2 ¿Se llevó a cabo un análisis del proyecto?

3 ¿Se realizó un estudio de públicos?

4 ¿Se elaboró un plan de medios para la difusión?

Sí No

5 ¿El proyecto es financiado por alguna institución o cuenta con patrocinadores?

Sí No

6 ¿Se usan redes sociales para la difusión?

Sí No

7 ¿El proyecto es financiado por alguna institución o cuenta con patrocinadores?

Sí No

1 ¿En cuántos proyectos culturales ha participado?

2 ¿En qué se basó para elaborar el proyecto?

3 ¿Responde a una necesidad social?

Sí No

4 ¿Cuál es el centro de operaciones del proyecto?

5 ¿Quiénes conforman el equipo de trabajo y cuál tarea llevan a cabo?

6 ¿Con qué equipo se cuenta para la gestión?

7 ¿Cuáles redes sociales en internet se utilizan para la difusión del proyecto?

8 ¿Qué dispositivos o artefactos digitales se utilizan para la gestión de redes sociales?

9 ¿Por qué usa esas redes sociales?

10 ¿Qué beneficios encuentra en el uso de redes sociales para la difusión del proyecto?

11 ¿Qué contras encuentra en el uso de estas redes?

Generación Multitareas

La mayoría de los autores consultados dentro de esta investigación, enuncian un fenómeno inherente a toda esta cultura digital: multitask o como se traduce literalmente al español: multitareas.

Los jóvenes con mayor apego a todos estos medios digitales han desarrollado, en algún nivel, esta capacidad. Es importante mencionarlo dentro de este capítulo ya que parece ser también un rasgo inherente del gestor cultural, el cual desde siempre ha parecido desarrollar y llevar a cabo múltiples tareas dentro de su profesión. No es sorpresa que esta habilidad sea mencionada por varios autores como parte importante dentro de su perfil como gestor y tampoco sorprende que las nuevas competencias exijan esta característica en sus perfiles laborales.

La gestión cultural se asume en su concreción, a través de diversos modelos de actuación que dirigen su mirada a múltiples áreas del desempeño, de manera que se operacionalizan mediante sistemas de categorías, técnicas y tecnologías que propician la solución de problemas del desarrollo humano

Según Mojica (2011:19) el gestor cultural:

- Utiliza programas ofimáticos para formular, ejecutar y evaluar proyectos culturales, con eficiencia.
- Recoge evidencia en soporte digital sobre las distintas actividades de los proyectos de manera eficiente y ordenada.
- Convierte imágenes, sonidos y datos recolectados como evidencias en archivos electrónicos estructurados de uso común.
- Gestiona información en bases de datos promoviendo el uso de dispositivos electrónicos por parte de las comunidades agenciadas.
- Desarrolla contenidos en aplicaciones electrónicas de uso abierto en la Web con calidad y sencillez.

- Logra vincularse a redes virtuales de gestión cultural pertinentes para sus proyectos.
- Mantiene comunicación con los integrantes y administradores de las redes permanentemente.
- Usa el correo electrónico y las redes sociales como herramientas de comunicación de manera oportuna y respetuosa.

Beneficios en el uso de redes sociales en la gestión

Entonces, una conexión a internet es una herramienta lo suficientemente efectiva y horizontal como para competir en el mercado laboral e incluso tener un mayor alcance.

Como Néstor García (2014:11) señala:

Las innovaciones tecnológicas en los procesos culturales representan la mayor alteración en los vínculos entre economía y cultura. Reconversión digital de las empresas; los cambios tecnológicos en las maneras de producir y circular los libros, en el diseño gráfico e industrial; la organización reticular del trabajo, así como la emergencia de nuevas profesiones y caídas de otras.

Según García y Piedras (2013), las redes sociales en internet están generando redes de trabajo y en la materia que nos compete, estas plataformas son de utilidad para que los artistas y productores culturales accedan a las redes de creadores y enriquezcan sus procesos creativos por medio de la interacción.

Las relaciones desarrolladas en las redes sociales crean reputación y constituyen una señal que el emprendedor envía a las fuentes de recursos con el propósito de reducir su percepción de riesgo y ganar legitimidad cognitiva y social para su actuación, por lo que los emprendedores buscan legitimidad para ganar una aceptación explícita, que implique una percepción positiva acerca de la labor de emprendimiento. Pérez (2013:9)

El uso de estas plataformas digitales también ayuda al comercio de contenidos, a la difusión gratuita de contenidos como música, videos, fotografías, literatura, etc., ya sea como una herramienta por excelencia de los artistas autogestores o de los gestores culturales.

La capacidad de innovación y el buen uso de estos medios digitales facilitan la gestión, difusión y promoción cultural, beneficiando estos procesos ya que mientras se cuentan con una conexión a internet y algún dispositivo digital, el costo por llevar a cabo estas tareas se reduce.

Estas redes también nos ayudan a comunicarnos y a trabajar en equipo. A crear grupos privados donde se puedan compartir avances o comunicar las inquietudes o retos con los que se enfrenta el proceso de gestión de proyectos.

Así también, la presencia de los creativos, artistas y gestores culturales con sus respectivos proyectos en las redes sociales abre la posibilidad de trascender su entorno inmediato y que su trabajo sea conocido, reconocido y valorado en otras ciudades o países más lejanos.

No es arriesgado sugerir que el uso de todas estas tecnologías de información y comunicación se ha convertido en la principal herramienta para la difusión de la obra de artistas jóvenes, reemplazando en cierta medida las vías tradicionales, pero más que reemplazarlas, ha venido a complementarlas y a fortalecerlas (Gerber y Pinochet, 2012).

Por tanto, este capítulo nos brinda un panorama más amplio en relación al uso de las redes sociales en internet, destacando primero el gran uso que tienen a nivel nacional, especialmente entre la población joven y que se corresponde proporcionalmente con los datos del municipio de León, Guanajuato. Así se determinó que en 2015, Facebook, WhatsApp y Twitter destacaron como las tres redes sociales más utilizadas por los jóvenes del municipio de León con dos finalidades principales, estar en contacto con amigos y familiares y acceder a información sobre sucesos políticos y públicos.

No obstante, fue necesario tomar como referencia el estudio realizado en 2012 en el Distrito Federal donde se vincularon de manera particular, variables laborales de jóvenes creadores con el uso de redes sociales para comenzar a vislumbrar el gran impacto que éstas últimas han tenido en la labor de promoción y difusión del trabajo de gestores culturales y artistas; así como también en la generación de redes de creadores que comparten los mismos intereses y de este modo enriquecen mutuamente sus procesos creativos.

Así que, teniendo estas referencias generales llegó el momento de aterrizar en nuestro caso de estudio, los estudiantes de la licenciatura en Cultura y Arte y sus proyectos culturales. Mediante trabajos de observación y entrevistas, logramos reconocer en primera instancia, la inmersión parcial de los estudiantes en la cibercultura académica y profesional, en el sentido de que cuentan con dispositivos móviles, como teléfonos inteligentes, computadoras portátiles y tabletas; conocimiento de las plataformas y gran destreza y tiempo de utilización de las redes sociales y otros medios en internet. Sin embargo, existen interrogantes y ciertas limitantes respecto de la ocupación y aprovechamiento de estas herramientas tecnológicas, para mejorar, desarrollar y extender su labor como gestores culturales.

CONCLUSIONES

Los jóvenes se transformaron en nativos digitales. Adquirieron nuevas habilidades y destrezas que los convierten en multitareas. Tal vez aún no se logra vislumbrar que, ante la precariedad laboral, todos esos jóvenes que se han visto relegados y que, a simple vista, parecen más bien apáticos, simplemente están construyendo su propio camino. La respuesta de los jóvenes creativos y comprometidos con la

cultura, ante la falta de trabajos y de oportunidades, es la de, utilizar los medios a su alcance y crear sus propias redes y fuentes de trabajo.

Como diría Canclini (2013) los jóvenes no sólo están respondiendo a la exclusión de los espacios laborales, sino proponiendo en sus redes y actuaciones modos multifocales de crear, difundir y acceder, de agruparse y volver accesible lo que se produce en el propio país y en el mundo. El conocimiento que estamos alcanzando sobre sus desempeños no permite calificar como apatía su desinterés hacia el orden injusto, o el desorden, que los deja afuera. Más bien, sugiere la necesidad de renovar las acciones y programas culturales de acuerdo con los modos emergentes de sociabilidad y creatividad (...) Los jóvenes no sólo están respondiendo a la exclusión de los espacios laborales, sino proponiendo en sus redes y actuaciones modos multifocales de crear, difundir y acceder, de agruparse y volver accesible lo que se produce en el propio país y en el mundo.

Según Gutiérrez (2013) Tal vez, son los esfuerzos independientes de estos jóvenes, a través de las redes sociales en internet, uno de los beneficios más grandes que podemos encontrar en su uso. Brindan de seguridad, de presencia, de opciones, de redes de trabajo, de oportunidades, a muchos jóvenes que deciden responder a las adversidades con sus habilidades digitales. Hablamos de una generación que en gran parte, han vivido muy de cerca todos estos procesos y evolución digitales, que viven en una realidad distinta a la de generaciones pasadas: incluso las nuevas formas de reclutación laboral hacen uso de estas redes. Los *coolhunters* se dedican a buscar personas con perfiles para trabajar en empresas. Somos testigos de nuevas reconfiguraciones en las relaciones laborales entre empresas/instituciones y jóvenes creadores

La autogestión, las innovaciones, los cambios en los procesos, como dice Néstor nos hablan de una reconfiguración en las formas de organización de los movimientos culturales que trasciende los órdenes sedimentados de las instituciones y las empresas. La intermitencia de trabajos, como siempre ha existido en la gestión cultural o entre los entusiastas culturales, ahora se conoce como *freelance*, y las redes sociales son su herramienta, Internet es su plataforma

por excelencia. Entre más consumidores, productores y gestores de cultura operen en línea, este sector se ve más beneficiado e incluso con un futuro optimista.

Como dice McRobbie (s.f.:155):

La promoción del trabajo creativo ha terminado por ser una estrategia de despolitización, una manera de suprimir toda connotación política de la esfera laboral, que se ha reemplazado por la gratificación de las propias aspiraciones y expectativas, y por la expresión de uno mismo.

Tal vez, ese es otro de los más grandes beneficios que nos ofrecen estas redes: la oportunidad de ser tu propio jefe, de ser tu promotor, de ser tú mismo y de usar todas estas herramientas para tu beneficio y el de la sociedad.

En una de las reflexiones más importantes que este trabajo de investigación apoya, encontramos que, como dice Enedina Gutiérrez (2013:): Estas redes les han permitido a los jóvenes que se inician como creativos artistas, gestores culturales y emprendedores y empresarios posicionarse y abrirse paso, cuando por motivos diversos, no han podido acceder a las instituciones o empresas para presentar sus obras.

Y los jóvenes de cultura y arte no han sido la excepción. Los entrevistados, no encontraron ningún argumento contra en el uso de las redes sociales para la difusión de sus proyectos culturales, y al contrario, se expresaron de esta herramienta con total aprobación y entusiasmo, argumentando que, los beneficios rebasaban cualquier costo, el cual, generalmente era secundario, ya que podían conectarse desde sus hogares, la escuela e incluso desde su teléfono celular. Servicios por los cuales, los jóvenes ya están pagando la mayoría de las veces, con fines académicos o de entretenimiento.

La información de campo revela que estamos en un momento importante en cuanto a la cultura de la convergencia digital. Este momento se caracteriza por disposición de elementos y herramientas digitales provenientes de una

cibercultura, de un “estar conectados”, un uso intensivo de tecnologías convergentes, manejos disímiles de las competencias digitales, “actitudes multitareas, performativas y pragmáticas”, cultura participativa mediática y alta movilidad transversal entre diferentes campos y/o ámbitos culturales (Gutiérrez, 2013).

Para los jóvenes, la mayoría de estas redes se han vuelto importantes en muchos aspectos: para la búsqueda de trabajo, para posicionarse en nichos sociales y de creatividad a los cuales, tal vez, no habrían tenido acceso tan rápido o efectivamente a través de los métodos tradicionales; para crear redes y equipos de trabajo, para redefinir los límites espaciales y culturales de la comunicación cara a cara, para conocer y proponer nuevas formas de aprendizaje. Estas redes los han ayudado, en aquellos casos en los cuales al no tener acceso a las instituciones o empresas, iniciar una carrera y abrirse paso en el medio.

En el caso de los alumnos de la licenciatura en Cultura y Arte, los medios de comunicación sociales o *social media* son herramientas que les han permitido dar difusión a sus proyectos. Los alumnos como directivos o administradores de los proyectos culturales que han surgido dentro de esta institución y quienes fueron entrevistados, coinciden en varias de sus respuestas, sobre todo en aquellas relacionadas al uso de internet y redes sociales. Todos los entrevistados, coincidieron en que, las redes sociales les aportaban un beneficio total:

El proyecto le debe mucho a estos medios, ya que el 80% de la difusión se realiza mediante este medio. Además de que casi la totalidad de los asistentes a las proyecciones se enteró de nuestra programación a través de redes sociales. (Entrevista a Héctor Adrián Ramírez de Cinemartes de Terraza, 2014)

O como en el caso de la entrevista realizada al Colectivo Curemos, mencionan que usan las redes sociales por ser las de mayor impacto y no encuentran ningún inconveniente para su uso.

Al mismo tiempo, los jóvenes están muy al tanto de la dimensión e impacto que puede tener el uso de internet en sus vidas. Todos están conscientes que, así como puede ser una herramienta de trabajo, también es un espacio que puede ser utilizado para el ocio y el entretenimiento, dependiendo de cómo sea utilizado. Ninguno de los entrevistados cree que un medio reemplace a otro, sólo lo ven como un medio más de comunicación que resulta ser masivo y accesible para desarrollarse en muchos ámbitos, desde el cultural hasta el económico.

Los jóvenes han aprendido por sí mismos el uso de estas nuevas tecnologías de comunicación, pero después de realizar este trabajo de investigación, las conclusiones personales también llegaron: la creación de materias relacionadas al uso de social media o redes sociales sería de vital importancia en la formación de los gestores culturales. Más allá de dominar el uso de estas redes, también se debe preparar al gestor para las estrategias a utilizar en su labor. El uso de redes sociales puede o no ser efectivo, y muchas veces eso radica en el uso que se le da a estas redes, el impacto que pueda llegar a tener, el número de personas y el alcance que tenga e incluso la creatividad con que sean utilizadas.

La familiaridad de esta generación con la tecnología muchas veces se percibe como algo negativo, cuando en realidad, deberíamos verlo como algo que ya es parte de nuestras vidas y que siendo bien utilizado, puede fomentar el espíritu proactivo de los jóvenes y la creación de redes sociales y de trabajo, además de ser una plataforma desde la que pueden saltar los jóvenes que apenas van empezando su carrera en la gestión, en la cultura y en el arte.

FUENTES CONSULTADAS

Asociación Mexicana de Internet (2015). *11 estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2015*. Recuperado de: <https://www.amipci.org.mx/es/estudios?id=35>

Buckingham, David y Juan Martínez (2013). Jóvenes interactivos: Nueva ciudadanía entre redes sociales y escenarios escolares en *Revista Comunicar*, 20 (40), pp. 10-13. Recuperado de: <http://www.revistacomunicar.com/indice/articulo.php?numero=40-2013-02>

Castells, Manuel. (1996). *La era de la información*. Buenos Aires, Argentina. (Primera Edición). Siglo XXI Editores, S.A. de C.V.

Castells, Manuel (2001). Internet y la Sociedad Red. En *Revista la factoría*. 14-15, Recuperado de: http://www.cabuenes.org/03/documentos/cursos/globalizacion/bloque2/glob_blq2_08.pdf

Chávez, Gabriela (2013, 27 de septiembre). Redes sociales, las preferidas en México en *Cnnexpansión*. Recuperado de: <http://www.mediatelecom.com.mx/~mediacom/index.php/tecnologia/virtualidad/item/51381-redes-sociales-las-preferidas-en-mexico>

Christakis, Nicholas y James Fowler (2010). *Conectados: El Sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan*. Barcelona: Taurus.

ComScore (2015). *Futuro Digital México 2015*. Recuperado de: <http://www.comscore.com>

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Gobierno de Chile. (2011). *Guía para la Gestión de Proyectos Culturales*. Valparaíso: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Recuperado de: <http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2013/04/guia-para-la-gestion-de-proyectos-culturales.pdf>

De la Mora, Luis y Carlos de la Mora (2010). *Planeación para la Gestión del Desarrollo de las Culturas*. México: Intersecciones Editorial.

El Universal (2011, 5 de Septiembre). La Fiebre de las Redes Sociales en México en *Periódico El Universal*. Recuperado de: <http://archivo.eluniversal.com.mx/articulos/65899.html>

Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (2016) *Programa de fomento a proyectos y coinversiones culturales. Convocatoria 2016*. Recuperado de: http://fonca.cultura.gob.mx/wp-content/uploads/2016/03/bases_coinversiones_2016.pdf

Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (s.f.) *¿Cómo solicitar un apoyo al FONCA?* Recuperado de: <http://fonca.cultura.gob.mx/como-solicitar-apoyo-2/>

Gabinete de Comunicación Estratégica (2015) *¿Qué tan conectado está León, Guanajuato?* Recuperado de: <http://en2015.gabinete.mx/static/conectividad/reportes/Municipal/Leon-Guanajuato.pdf>

Galiano (2011) Falta completar fuente

Galindo, Luis (2010). Gestión Cultural e ingeniería en Comunicación Social ¿Qué es gestión cultural y cómo puede incidir la participación ciudadana en la cultura? En *Questión Revista Especializada en Periodismo y Comunicación*, 1, 26. Recuperado de: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/963/886>

García, Néstor y Ernesto Piedras. (2013). *Jóvenes Creativos, Estrategias y Redes Culturales*. México. Juan Pablos, UAM Iztapalapa.

García, Néstor (2014). Nuevo modelos creativos desarrollados por jóvenes en *Revista Observatorio Cultural* del Departamento de Estudios del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes del Gobierno de Chile, 19, pp. 4-12. Recuperado de: http://www.cultura.gob.cl/observatorio19/observatorio_cultural_n19.pdf.

García, Carlos (2006). *Cómo elaborar un proyecto cultural (y no frustrarse si no lo seleccionan)*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Recuperado de: <http://sic.conaculta.gob.mx/documentos/1292.pdf>

García, Fernando (2010). *Las redes sociales en la vida de tus hij@s: Cómo conseguir que se relacionen on-line de forma segura y responsable*. Foro generaciones interactivas. Recuperado de:

<http://www.bibliotecaspublicas.es/villanuevadelpardillo/imagenes/Las-Redes-Sociales-en-la-vida-de-tus-hij@s.pdf>

Gerber, Verónica y Carla Pinochet (2012). La era de la colaboración. Mapa abreviado de nuevas estrategias artísticas en Néstor García, Francisco Cruces y Maritza Urteaga (coord.) *Jóvenes, Culturas Urbanas y Redes Digitales*, México: Ariel.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2016, 13 de mayo) *Estadísticas a propósito del día mundial de internet*. Recuperado de: http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2016/internet2016_0.pdf

Marín, Guillermo (1996). *Manual Básico del Promotor Cultural*. Aguascalientes: Instituto Cultural de Aguascalientes.

Martín, Aida (2010). *Promoción cultural: Una nueva mirada*. La Habana: Centro Nacional de Superación para la Cultura.

McRobbie, Angela (s.f.) *Industria Cultural*. pp. 154-170. Recuperado de: http://www.macba.cat/uploads/publicacions/ideas_recibidas/Angela%20McRobbie.pdf

Mojica, Juan (2011). *Perfil Profesional del Gestor Cultural en Colombia: Competencias para la gestión cultural en el siglo XXI* [Proyecto de grado]. Especialización en Gerencia y Gestión Cultural Bogotá Universidad Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario Escuela de Humanidades. Recuperado de: <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/2900/79313998-2012.pdf?sequence=1>

Perfil Licenciatura Cultura y Arte. (2014). Perfil de Ingreso a la Licenciatura. Recuperado de: <http://www.culturayarte.ugto.mx/>

Pérez, Álvaro. Redes sociales y educación. Una reflexión acerca de su uso didáctico y creativo. Revista Cratividad y Sociedad, número 21, diciembre de 2013. Madrid. Universidad de Jaén.

Quéau, Phillipe (1995). *Lo virtual: Virtudes y vértigos*. Barcelona: Paidós.

Roselló, David (2006). *Diseño y Evaluación de Proyectos Culturales*. Barcelona: Ariel.

Universidad de Guanajuato. Licenciatura en Cultura y Arte. Recuperado de <http://www.culturayarte.ugto.mx> [Consultada el 11 de Abril de 2014]

Vargas, José(2011). *Reflexiones desde abajo/sobre la Promoción Cultural en México III*. México: Barra Nacional de Promotores Culturales 3D2, A.C.

ÍNDICE DE CUADROS

Pág.

| | |
|--|----|
| Cuadro 1: Primera fase metodológica | 21 |
| Cuadro 2: Segunda fase metodológica | 22 |
| Cuadro 3: Alumnos inscritos en la Licenciatura de Cultura y Arte | 33 |
| Cuadro 4: Plan de Estudios (primera a cuarta inscripción) | 35 |
| Cuadro 5: Plan de Estudios (quinta a octava inscripción) | 36 |
| Cuadro 6: Materias del Área Básica | 37 |
| Cuadro 7: Materias del área básica profesional | 33 |
| Cuadro 8: Talleres | 39 |
| Cuadro 9: Materias optativas del área básica | 40 |
| Cuadro 10: Temas selectos del área profesional | 40 |
| Cuadro 11: Proyecto Colectivo Curemos | 61 |
| Cuadro 12: Proyecto Festival de Día de Muertos | 62 |
| Cuadro 13: Proyecto Poemas Vía Susurro | 63 |
| Cuadro 14: Proyecto Cine Martes de Terraza | 64 |
| Cuadro 15: Redes sociales por actividad artística | 79 |

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Pág.

| | |
|--|----|
| Gráfica 1: Usuarios de internet por nivel de escolaridad en México | 72 |
| Gráfica 2: Dispositivos para conectarse a internet en León | 73 |
| Gráfica 3: Tipo de consulta en internet en León | 74 |
| Gráfica 4: Red social más utilizada en el municipio de León | 75 |
| Gráfica 5: Conexión a internet en el Distrito Federal | 76 |
| Gráfica 6: Dispositivos TIC por actividad artística | 77 |
| Gráfica 7: Uso de sitios por actividad artística | 78 |
| Gráfica 8: Acceso a redes sociales | 79 |
| Gráfica 9: Uso de redes sociales por actividad artística | 80 |

ÍNDICE DE IMÁGENES

Pág.

| | |
|--|----|
| Imagen 1: Diagrama de las zonas que integran el edificio del Departamento de Estudios Culturales | 25 |
| Imagen 2. Logotipo de la Universidad de Guanajuato en el Departamento de Estudios Culturales | 26 |
| Imagen 3: Fachada del Departamento de Estudios Culturales | 27 |
| Imagen 4: Zona exterior en la planta baja | 27 |
| Imagen 5: Elevador de la Escuela | 28 |
| Imagen 6: Vestíbulo de la Escuela | 28 |
| Imagen 7: Plano del Fórum Cultural | 29 |
| Imagen 8: Vista diurna de la escuela | 30 |
| Imagen 9: Vista nocturna de la escuela | 30 |
| Imagen 10: Resumen del esquema para el diseño de proyectos culturales | 52 |
| Imagen 11: Screenshot en Facebook del Proyecto <i>Cine Martes de Terraza</i> | 65 |
| Imagen 13: Screenshot en Twitter del Proyecto <i>Cine Martes de Terraza</i> | 66 |
| Imagen 13: Screenshot en Facebook del Proyecto <i>Catrinás</i> | 67 |
| Imagen 14: Screenshot en Facebook del Proyecto <i>Poemas Vía Susurro</i> | 68 |
| Imagen 15: Screenshot en Facebook del Proyecto <i>Colectivo Curemos</i> | 69 |