

Provincia de Buenos Aires
Dirección General de Cultura y Educación
Dirección de Educación Superior

Instituto Superior de Formación Docente y/o Técnica N 88 "PAULO FREIRE"

Carrera: Tecnicatura Superior en Gestión Cultural

Espacio Curricular: Gestión de Espectáculos y Eventos culturales.

Curso: 2

Ciclo Lectivo: 2016

Profesora: Mónica González

Planificación anual

Fundamentación:

El espacio de Gestión de Espectáculos y Eventos Culturales dentro de la carrera, se plantea como una instancia de formación donde los alumnos/alumnas puedan reconocer los criterios para la organización de espectáculos y eventos culturales, así como también el dominio de la normativa. Un conocimiento sobre la realidad articulando la teoría y la práctica.

Las industrias Culturales son creadoras de valor simbólico (ideas, valores, y creencias), generadoras de desarrollo económico y de puestos de trabajo. Las fases principales son: creación, producción, distribución, consumo. Cada producción cultural necesita una serie de soportes, la industria del sonido y de la iluminotecnia ha desarrollado un sector dedicado a los espectáculos, la industria de las fiestas pueden generar espectáculos en escenarios, modistos especializados en disfraces. El sector público se convierte en agente de estas industrias como productor y consumidor cultural.

Entre las industrias culturales de base podemos señalar: Audiovisual (cine, video, televisión abierta y paga, Fonográfico(radio, industria fonográfica) y Editorial(industria editorial, publicaciones periódicas(diarios y revistas), las que se vinculan con las recientes industrias culturales: Publicidad, Diseño, Arte Escénicas (teatro y danza), Plásticas (cerámica, escultura, pintura), Visuales(arte digital, fotografía), Artesanías, Espectáculos musicales, conciertos.

Las industrias culturales se han convertido, en los medios de mayor impacto para la difusión y la promoción de la cultura y de las artes.

Contenidos:

Unidad I: Introducción a la cultura y la Comunicación. Concepto de cultura. La cultura y los eventos. Concepto de comunicación. Propósitos de la comunicación. La comunicación a través de los eventos.

Unidad II: La industria cultural y los eventos. Lo mediático. Las comunicaciones sociales, ética y responsabilidad. Los medios masivos de comunicación y su impacto en los eventos. Medios gráficos, diarios, revistas y su relación con la cultura y los eventos.

Unidad III: Eventos, Cultura y Globalización. El impacto cultural de la globalización en los eventos. El consumo de eventos culturales en las ciudades. La cultura nacional/regional. La cultura popular. La cultura de masas. La cultura de elites. La cultura mediática.

Unidad IV: Definición de eventos y del organizador de eventos. Características. Sedes. Factores claves para seleccionar un espacio.

Clasificación de eventos (según quien los convoca, los públicos, la forma de acceso y a partir de la organización). Herramientas: brief, timing, calendarización. Etapas de la organización: pre evento, evento, post evento.

Unidad V: Escenografía y Ambientación. Elementos escenográficos. El color en la decoración. Glosario de telas para ambientación. Iluminación.

Unidad VI: Prensa .Dossier de prensa/ Carpeta de prensa. Publicidad. Medios Publicitarios. Publicidad grafica para vía pública. Características.

Unidad VII: Introducción al Protocolo- Conceptos: Ceremonial- Cortesía- Etiqueta- Anfitrión- Presidencia- Precedencia. La mesa (diferentes usos).

Unidad VIII: Pautas legales. Medidas de seguridad.

Encuadre metodológico:

- Lectura, interpretación de ideas y análisis de bibliografía.
- Asistencia a eventos o espectáculos culturales, observación y relevamiento.
- Relevamiento de una sede.
- Trabajo práctico: observación de un espacio vinculado al campo cultural.
- Trabajo práctico: roll playing de una conferencia académica en el marco de un Congreso. Presentación de un libro.
- Proyecto Final:

Realizar un evento cultural para 50 invitados.

Brief. Timming. Momentos del evento. Calendarización. Guión del evento. Tareas previas al evento. Tareas durante el evento. Tareas post-evento.

Organizar:

- Comités: ejecutivo, ambientación, gastronomía, finanzas, y comunicación: diseño/ video/ fotografía, prensa y difusión, comunicación interna. Organigrama. Objetivo. Función. Tareas a realizar.