



3 Estrategias para consolidar las Casas de la Cultura

módulo



3
módulo

Estrategias para
consolidar las
Casas de la **Cultura**

Coordinación del Proyecto UNESCO San José
Montserrat Martell
Especialista de Cultura

María Ester Jaén, Sunee Eiamwasant,
Roberto Salgado y Celia Barrantes
CLT Tegucigalpa

©Proyecto UNESCO–MUA:
Fortalecimiento de capacidades de 24 casas de la cultura en el marco del
Programa Conjunto Creatividad e Identidad Cultural para el Desarrollo Local
Programa formativo para Casas de la Cultura
Mujeres en las Artes “Leticia de Oyuela” (MUA)

Cuadernos de trabajo para las Casas de la Cultura
Módulo 3: Estrategias para consolidar las Casas de la Cultura

María Alicia Fuentes
Coordinación General – MUA

Jennifer Ramírez, Ana María Sosa
Consultoras

Rosa Montenegro, Karla Díaz
Apoyo logístico

Verónica Romero
Diseño y diagramación

Ana María Sosa, Jennifer Ramírez, Banco de imágenes MUA
Fotografía de portada e interiores

Mujeres en las Artes “Leticia de Oyuela” MUA
Barrio La Plazuela, Avenida Cervantes #1331
Telefax: (504) 2222–3015 / www.muaartes.org.hn
Tegucigalpa M.D.C. Honduras C.A.
Noviembre 2010

©UNESCO San José 2011, Derechos Reservados

CR/2011/CLT/PI/11

Presentación	5
Introducción	7
Unidad Modular 1: Desarrollo de públicos	8
Objetivos de aprendizaje y conceptos importantes	
Lectura “A” ¿Quién es el público de la Casa de la Cultura?	9
Consideraciones para el desarrollo de públicos para las artes	10
Estrategias basadas en un enfoque multidireccional del desarrollo de públicos	11
Ejercicio práctico “A”	12
Lectura “B”: Los Medios de Comunicación	13
La entrevista, comunicado de prensa	
Ejercicios prácticos “B”	15
Unidad Modular 2: Monitoreo y Evaluación	17
Objetivos de aprendizaje y conceptos	
Lectura “A”: Información requerida para evaluar	19
Ejercicio práctico “A”	21
Lectura “B” Consideraciones para la evaluación	22
Ejercicio práctico “B”	24
Referencias bibliográficas	25

La Asociación Mujeres en las Artes “Leticia de Oyuela” (MUA) ha desarrollado el programa formativo para casas de la cultura en el marco del Proyecto UNESCO–MUA: *Fortalecimiento de capacidades de 24 casas de la cultura* adscrito al Programa Conjunto 'Creatividad e Identidad Cultural para el Desarrollo Local' del Fondo Español para el logro de los Objetivos del Milenio. Este programa formativo tiene como propósito contribuir al desempeño de las y los gestores culturales sobre todo de quienes están directamente vinculados con las casas de la cultura.

Honduras cuenta con educación cultural y de disciplinas artísticas, pero al igual que el resto de países no cuenta con una oferta de formación sistemática en gestión cultural como disciplina. Esto es así, porque se trata de una profesión nueva. Por lo general, quienes se desempeñan como gestores culturales son voluntarios los cuales contribuyen a la vida cultural de la comunidad con su creatividad y energía. Cada día, cobra más importancia la formación y profesionalización en gestión cultural.

Para seleccionar y dosificar los contenidos de este módulo, primero se levantó un diagnóstico en 24 casas de la cultura ubicadas en las distintas zonas geográficas del país que describe el estado de situación de las mismas. Con base en los hallazgos encontrados, MUA desarrolló una serie de módulos de capacitación en los cuales aborda contenidos en gestión, formación de audiencias, circulación de productos culturales y sostenibilidad. La propuesta pedagógica responde a un enfoque participativo en la modalidad de educación no formal. Se trata de una capacitación corta y focalizada en la cual se aplican herramientas prácticas para la solución de problemas cotidianos en el desempeño de las y los gestores culturales.

En ese sentido, este esfuerzo contribuye al propósito del Programa Conjunto de 'Creatividad e Identidad Cultural para el Desarrollo Local' el cual apunta a contribuir hacia el desarrollo social y económico de comunidades hondureñas mediante el fortalecimiento de capacidades institucionales y humanas para la gestión del desarrollo cultural y creativo de manera descentralizada y sustentada en la diversidad de identidades hondureñas. Todo ello desarrollando los preceptos constitucionales en cuanto a los derechos culturales.



3

módulo

Este tercer módulo subraya las potencialidades que brinda el establecimiento de estrategias de comunicación y desarrollo de públicos para la gestión cultural. Asimismo, brinda pistas para su aprovechamiento. Introduce aspectos de monitoreo y evaluación para que elevar la calidad de la gestión cultural de las casas de la cultura

El módulo Estrategias complementarias para la consolidación de las casas de la cultura está compuesto así:

Unidad Modular 1: Desarrollo de públicos
Unidad Modular 2: Monitoreo y evaluación

La selección de contenidos en cada unidad modular se centra en introducir a las y los gestores culturales al conocimiento de herramientas prácticas que puedan ser utilizadas en su desempeño cotidiano. De esta manera, podrán potenciar su actuación al hacerla más acertada.

Unidad 1

Desarrollo de públicos

Objetivo de aprendizaje

Al finalizar la unidad 1, las y los participantes serán capaces de comprender y aplicar Estrategias de comunicación.

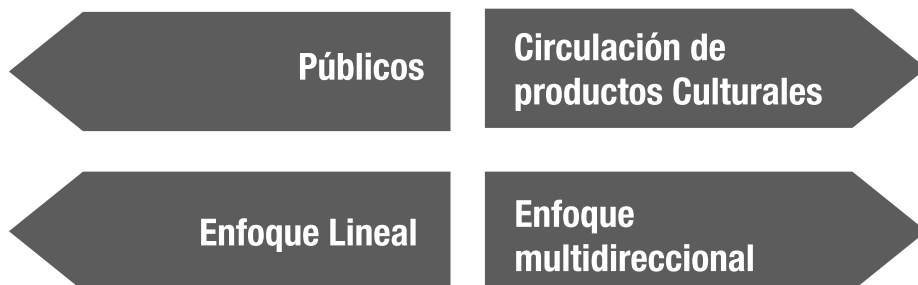
- o Estrategia de convocatoria de públicos (audiencias y usuarios) dando cuenta de la diversidad social (por género, edad, etnia, etc.).
- o Proponer medidas para asegurar la participación de personas tradicionalmente excluidos de ofertas culturales (discapacidad, 3er edad) e incluir actividades culturales específicas para ellas.

La unidad modular contiene lo siguiente:

- o Conceptos importantes
- o Lecturas
- o Recuadros
- o Ejercicios Prácticos
- o Autoevaluación



Conceptos importantes para este módulo



Lectura A: ¿Quién es el público de la Casa de la Cultura?

Cuando formulamos la misión de la casas de la cultura, nos hicimos varias preguntas. Una concreta fue: **¿para quién hacemos nuestro trabajo o misión? Precisamente, la respuesta nos da cuenta de nuestro público. Ahora bien, ¿qué implica esto y cómo se define?** Debemos determinar la magnitud del público al cual prestamos servicios así como dar cuenta de la diversidad de la misma. Es una decisión teórica y práctica. Está directamente vinculada con nuestra razón de ser, la escala de valores que rige nuestra actuación, nuestras funciones y lo que queremos lograr.

Tener en cuenta que:

El servicio al público de la casa de la cultura no es visto como una estrategia, es el fin.

Las actividades que realiza sustentan su razón de ser.

Sin público, no hay casa de la cultura.

La elaboración del concepto “nuestro público” responde a una definición en los niveles estratégicos, tácticos y operativos. Se traduce en productos culturales, dónde van a circular y con quiénes. En el caso hondureño donde sobresale la multiculturalidad, es preciso de hablar de públicos. Es decir, en plural.

Algunos principios básicos para el desarrollo de públicos y lograr que circulen la oferta cultural son:

- ▶ El desarrollo de públicos es un proceso de crecimiento y sabiduría compartida entre artistas, organizadores, promotores y públicos.
- ▶ Como portadores de cultura, los artistas y su trabajo son centrales para el desarrollo de públicos.
- ▶ El desarrollo de públicos se construye a través de las relaciones de un promotor con su comunidad: aquellas de igualdad y mutuo respeto.
- ▶ El desarrollo de públicos exitoso requiere una planeación estratégica y un compromiso a largo plazo.
- ▶ Ya que se trata de crear relaciones, los conflictos y malos entendidos deben esperar, pero lo más importante es usarlos como oportunidades de las cuales hay que aprender.
- ▶ Las organizaciones no siempre necesitan ser iniciadoras de programas de colaboración, hay actividades y programas relevantes en una comunidad que en la actualidad otros están haciendo y a los cuales se pueden unir.

Tomado de King Miranda “Taller auspiciado por el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)”

Consideraciones para el desarrollo de públicos para las artes



Hace alrededor de diez años en los Estados Unidos, se empezó a hablar sobre el desarrollo de públicos pensando en el aparato administrativo y subsidios gubernamentales para organizaciones culturales. No se percibió la necesidad de crear públicos interesados en las artes, a pesar que había evidencia de una reducida asistencia a eventos. Se pensaba que, en todo caso, bastaba con aplicar estrategias de mercadotecnia para eliminar este problema.

La definición lineal del desarrollo de público cree que la oferta es por sí misma deseable; por tanto, no se percibe la necesidad de desarrollar nuevas estrategias para comunicarse con el público. Ve al público como pasivo que compra boletos y llena el salón. Desde ese enfoque se ofrece un espectáculo maravilloso, pero la sorpresa es que nadie llega. Lo más fácil es pensar que la gente es 'inculta' y reacia a las actividades culturales. De esta manera, no se revisa la forma cómo nos relacionamos con el público.

Podemos, en cambio, utilizar un enfoque multidireccional de desarrollo de públicos para promover relaciones colaborativas con artistas/creadores, la comunidad y dentro de la organización. Se basa en una comprensión del público como activo y plural. Considera que el desarrollo de públicos constituye un proceso continuo que requiere de una mayor planeación así como inversión de tiempo.

Tener en cuenta que:

Un enfoque multidireccional de desarrollo de públicos tiene la ventaja que apoya el trabajo de los creadores, amplía la gama de gente que aprecia la cultura y el arte, contribuye a contar con públicos más conocedores y fomenta la creatividad en los individuos.

Estrategias basadas en un enfoque multidireccional del desarrollo de públicos

A continuación aparecen algunas medidas que pueden tomarse por las casas de la cultura para aplicar un enfoque multidireccional para el desarrollo de públicos.

Medida estratégica	Oportunidad
Diálogos entre el público y el artista antes de la función.	Preparan al público para ver trabajos nuevos y comprenderlos; además, reducen la barrera entre artista y público.
Charlas después de la función.	Incremento de la comprensión del concierto/función, el proceso creativo y fomentan la interacción directa con el artista.
Capacitación para maestros.	Incorporación de obras, presentaciones y conceptos dentro del programa escolar.
Ensayos abiertos al público.	Apreciación del proceso creativo por la gente.
Talleres para estudiantes y para gente sin experiencia previa en las artes.	Estimulan la creatividad individual.
Entrevistas de radio y televisión.	Dan información y proveen un contexto sobre el creador, el género artístico y el trabajo del artista.
Mini–funciones/conciertos didácticos para adultos mayores, niños y jóvenes que combinen diálogo con texto y presentación artística/concierto.	Acción afirmativa para llegar a públicos tradicionalmente excluidos
Cine foro	El público puede apreciar una película y discutirla para interpretar el mensaje del artista en su ausencia.

Todo ello permite que el público establezca una relación de doble vía con el artista y su obra.

Ejercicio práctico “A”

Para hacer este ejercicio, puede releer la lectura 'A'. Subraye las ideas principales y luego reflexione sobre las siguientes preguntas.

Durante este mes, la casa de la cultura recibió el apoyo del Centro Cultural de España para realizar varias actividades culturales:

1. Taller de narración de cuentos y relatos con Alexis “Cuenta cuentos”
2. Exposición de fotografía de Arturo Sosa
3. Presentación de teatro 'La visita de la vieja dama' a cargo de Memorias bajo la dirección de Tito Ochoa.

En grupo, elabore estrategias para el desarrollo de públicos.

Lectura “B”

Los Medios de Comunicación

En la actualidad, existe una amplia variedad de medios de comunicación de forma escrita, hablada y audiovisual que pueden ser tradicionales o alternativos. Para hacer un uso óptimo de los mismos, las y los gestores culturales deben desarrollar una estrategia de medios. Antes que nada, es imprescindible conocer cuáles son los medios de comunicación que operan en nuestro municipio y departamento y cuál es su cobertura.

Con frecuencia, no contamos con presupuesto para costearnos un anuncio en un medio de comunicación, así que recurrimos a periodistas encargados de la nota cultural, a programas especializados en cultura y arte o a la amistad con periodistas. En todo caso, tenemos que ser capaces de entregar la información que nos interesa que sea divulgada a nuestros públicos.

Entre las muchas formas de transmitir información, hablaremos de dos que son las más frecuentes: el comunicado de prensa y la entrevista.

El comunicado de prensa

Esta herramienta de comunicación debe tener un contexto preciso de un acontecimiento, una biografía de un personaje o un punto de vista concreto de un actor social. Su objetivo es presentar determinados hechos ante la opinión pública. Para las y los gestores culturales, el comunicado de prensa permite anunciar a través de los medios de comunicación la oferta cultural semanal o mensual de la casa de la cultura y la diversidad de proyectos de las y los artistas.

Para que el comunicado de prensa cumpla con lo esperado debe responder de forma breve y clara las siguientes preguntas:

¿Quién? ¿Qué? ¿Dónde? ¿Cuándo? ¿Por qué?

Ejemplo de un comunicado de prensa:

El Grupo Teatral Bambú presentará la obra '*La Tortilla sin voltear*' en el auditorio de la Casa de la Cultura de Santa Rosa de Copán el viernes 19 de noviembre de 2010 a las seis de la tarde.

Este evento cultural se llevará a cabo como parte de las actividades para alertar a la ciudadanía sobre la problemática de la violencia doméstica. Se trata de un esfuerzo conjunto entre La Casa de la Mujer y la Casa de la Cultura.

La entrada es totalmente gratuita gracias al patrocinio de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).

La Entrevista

En ocasiones, los medios nos brindan gratuitamente un pequeño espacio a través de una entrevista al aire o pregrabada para que podamos compartir información de nuestras actividades. Si no nos preparamos, nos ponemos nerviosos y es probable que no logremos aprovechar al máximo esta valiosa oportunidad.

Esta herramienta de comunicación se desarrolla de forma dialogada. El periodista nos hace algunas preguntas y luego nos da un tiempo para responder. Un elemento clave en la entrevista es que el gestor cultural debe tener el control de la situación para que se publique lo que tiene previsto divulgar. Para lograrlo, se debe preparar con anticipación un temario de los datos para que sea ésta y no otra información la que llegue al público.



En el proceso de preparación, piense en la entrevista ideal con base en tres puntos importantes. Los cuales pueden contener aspectos contenidos en el comunicado. Sin embargo, la entrevista permite expresar una opinión y no sólo un hecho. Prepare una narración breve que ilustre cada punto. Estos se constituyen los pilares de seguridad a los que usted regresará una y otra vez durante de la entrevista. Los datos no deben ser complicados y mencione el menor número de cifras posible. Es preferible, incluir información insólita sobre el autor de la obra, etc. Es conveniente que controle su tono de voz y su dicción para que sea clara y comprensible. Utilice un lenguaje vívido y trate de sonar entusiasta. En el caso de que se trate de una radioemisora, no hable al mismo tiempo que el reportero, espere su turno y aprovéchelo.

Además, es recomendable conocer el estilo del reportero para familiarizarse con él. Esto contribuye a aumentar su confianza y con ello le da credibilidad a la información que usted brinde. En el caso de la prensa escrita, con frecuencia se tiene la oportunidad de profundizar puesto que el reportero tiene más espacio en un artículo. Incluya información adicional y entregue fotografías.

Ejercicio práctico “B”

Lea de nuevo el comunicado de prensa e identifique las frases que responde las preguntas:

Preguntas	Frase que responde
¿Quién?	
¿Qué?	
¿Dónde?	
¿Cuándo?	
¿Por qué?	

Ejercicio práctico “B”

2. Elabore su propio comunicado de prensa:

Unidad 2

Monitoreo y Evaluación

Objetivo de aprendizaje

Al finalizar la unidad 2, las y los participantes serán capaces de comprender y aplicar:

- Interpretar los datos de los registros que llevan (cuaderno de asistencia, actas de reuniones, costos de la agenda cultural).
- Aplicar sistema de monitoreo y evaluación.
- Recoger lecciones aprendidas y proponer medidas para superar deficiencias.

La unidad modular contiene lo siguiente:

- Conceptos importantes
- Lecturas
- Recuadros
- Ejercicios Prácticos
- Autoevaluación



Conceptos importantes para este módulo



Lectura “A”: Información requerida para evaluar

Para ejecutar una evaluación se debe contar con una planificación estratégica. Es decir, un plan de largo plazo que nos indique hacia dónde nos planteamos ir. Además, debe haber un plan operativo anual que diga con mayor claridad lo que decidimos hacer o lograr en el corto plazo.

Las acciones deben estar plasmadas en una agenda de trabajo conteniendo todas las actividades diarias, semanales y mensuales a realizar, con responsables de cada actividad y el presupuesto a gastar en cada una de ellas.

Al momento de elaborar nuestra planificación, recorrimos varias etapas



En el Módulo 2 abordamos las primeras tres y señalamos que el logro de lo propuesto es una responsabilidad compartida con varios actores sociales donde las alianzas establecidas juegan un papel importante. Asimismo, la ejecución de la estrategia debe hacerse con base en criterios de eficiencia y efectividad en el desarrollo de las actividades y el trabajo cotidiano orientado al fin mayor.

La etapa de la evaluación es el penúltimo paso de la planificación. Esta incluye evaluar el desempeño y realizar ajustes a la estrategia. Además, implica revisar la visión, la dirección hacia dónde se dirige la estrategia, la puesta en práctica, etc. Todo ello es confrontado con la experiencia real considerando las condiciones cambiantes y sus impactos. Permite incorporar nuevas ideas y potenciar oportunidades.

Este ejercicio nos permite contestarnos: ¿estamos en el camino correcto?

MONITOREO Y EVALUACIÓN (M&E)

Para comprender qué es una evaluación en la gestión cultural, abordaremos varios conceptos que nos aproximan a ello. La **evaluación** es una valoración puntual de lo que hace la Casa de la Cultura; mientras, el **monitoreo** es la valoración continua del avance de una o varias actividades de la Casa de la Cultura. Como resultado del monitoreo y la evaluación (M&E) no se obtiene una nota de aprobado o reprobado; tampoco, es un fin en sí mismo.

El M&E es una herramienta de trabajo que...

**Permite tomar decisiones oportunamente a distintos niveles;
Retroalimenta para el mejoramiento continuo de las actividades de la Casa de la Cultura;
Facilita la rendición de cuentas a distintos niveles;
Requiere de variables e indicadores.**

Recordemos que una **variable** es una información referencial o un dato de lo que nos interesa saber y registrar. Entre tanto, el **indicador** es un dato que mide mucho más específicamente lo que deseamos saber. Por ejemplo, necesitamos saber sobre la participación de la comunidad en el taller de fotografía que impartimos en la casa de la cultura para informar al patrocinador. Hacemos un ejercicio como el siguiente: seleccionamos la variable, lo que queremos saber y construimos nuestros indicadores. Ver matriz.

Variable	¿Qué queremos saber?	Indicador
Taller de capacitación en fotografía	Quién es el público (joven o adulto, femenino o masculino, urbano o rural, etc.)	Indicador 1: Sexo: Número de varones y mujeres Indicador 2: Edad: Número de jóvenes, adultos, Indicador 3: Localidad: de dónde viene la gente al taller, del centro, de los barrios, de las aldeas cercanas, de otros lugares. Indicador 4: escolaridad o profesión Indicador 5: Contacto: teléfono, correo electrónico, domicilio

Cada variable o indicador debe tener su registro. Por eso es importante contar con un cuaderno o archivo que contenga el programa del curso, el instructor, los temas de cada sesión y un control de asistencia. Los datos que nos ayuden a identificar al participante con sus características personales. Conocemos al usuario de los servicios que ofrece la casa de la cultura. Nos sirven para saber qué cursos les gustan a las mujeres y a los hombres, a los niños y las niñas, saber si nuestro usuario es joven, adulto, adolescente, adulto mayor. Saber si los que vienen a la casa Cultural son los campesinos, los funcionarios del hospital, los maestros de las escuelas, nos sirven para dar un diploma de participación así como para convocar a un segundo taller más avanzado de fotografía el próximo semestre, así también, para convocarlos a nuevas actividades de la casa de la Cultura.

En síntesis, todos los datos de los usuarios de la Casa de la Cultura nos sirven para tomar decisiones oportunamente sobre lo que hacemos. Los datos personales nos permiten mantener contacto. Siempre hay que tener datos que sean útiles para lo que deseamos hacer en el futuro cercano o en el largo plazo.

¿PARA QUÉ SIRVE M&E?

Así pues, vamos comprendiendo que M&E en los proyectos y acciones de la gestión cultural tiene como fin el conocimiento de nuestra realidad local. De esta manera, conocemos a nuestro público y qué lo motiva a participar; además, nos aseguramos que la casa de la cultura tenga vida propia y atingente.

Tener en cuenta que:

Los registros no se guardan; por el contrario, deben usarse permanentemente. Son indispensables para tomar decisiones y aprender de lo realizado.

En efecto, M&E también nos permite identificar a quiénes no están llegando. Esas personas tienen derecho a la cultura. Por tanto, tenemos que pensar y ejecutar actividades para ellas así como para otros públicos. Debemos preguntarnos: qué actividades estamos realizando para los adultos mayores, para las y los niños, las amas de casa, alfareras, artistas locales, poetas, pintores, etc.

M&E requiere de un diseño y una metodología. Para realizarla, decidimos sobre lo siguiente:

¿Quién va a evaluar?

¿Cuándo vamos a evaluar?

Definir la muestra: **¿qué acciones, actividades, recursos, vamos a evaluar?**

Recoger la información

Análisis de la información

Definir la metodología: **(participativa, cualitativa, cuantitativa, etc.)**

Ejercicio A:

Para hacer este ejercicio, puede releer la lectura 'A'. Subraye las ideas principales y luego reflexione sobre las siguientes preguntas.



¿Cuáles son los instrumentos que utiliza para registrar información?
¿Qué datos registra?



Tomando en cuenta, la lectura 'A', escriba cuáles son las ventajas y las limitaciones de la información que está recogiendo hasta el momento. ¿Cómo la puede mejorar?

Lectura “B”

Consideraciones para la evaluación

La evaluación responde a nuestras necesidades de información. Existen distintos tipos de evaluación.

Aquí haremos mención de tres y son:

Tipo de Evaluación	Dónde buscamos la información
Resultados	Si queremos saber el resultado, debemos tomar como referente los objetivos de nuestros planes operativos.
Procesos	Si queremos evaluar el proceso, debemos tomar como referente en los objetivos de nuestra agenda cultural (el día a día, semana a semana, mes a mes de nuestro quehacer)
Impacto	Si queremos conocer nuestro impacto, es decir, a cuánta gente llegamos. Debemos tomar como referente los objetivos estratégicos (plan estratégico o los objetivos de largo plazo) y hacer registros.

Antes de realizar una evaluación, respondemos las siguientes preguntas.

¿Por qué Evaluar? ¿Qué evaluar? ¿Cuándo evaluar?

¿Para qué evaluar? ¿Con qué evaluar?

La evaluación nos arroja información valiosa sobre nuestra actuación, nuestras expectativas y logros, así como de nuestro aporte a la comunidad.

Tener en cuenta que:

La evaluación es de utilidad para:
Tomar decisiones sobre nuevas acciones;
Tomar información que mejore nuestra gestión;
Usarla como diagnóstica que fundamente nuestras necesidades de apoyo, de nuevos proyectos, convocar actores y patrocinadores, etc.



Recuérdese, la evaluación debe ser muy simple, clara y focalizada. Es preferible hacer una evaluación bien hecha que varias que nos tiran toneladas de información que no utilizamos. Dentro de nuestro quehacer cultural, hay una amplia diversidad de actividades que pueden ser evaluadas. Para hacerlo, se requiere de instrumentos apropiados. Algunas actividades permiten obtener información detallada y otras no. Con los registros adecuados, podemos obtener información minuciosa de los cursos y talleres ofrecidos por la casa de la cultura

Actividad	Informante relevante	Sistema de registro
Cursos y talleres	Podemos informarnos sobre todos los participantes. ¿Quién es? (Nombre, edad, sexo, escolaridad, domicilio, teléfono) Preferencias (cursos que le gustaría recibir).	Ficha o cuaderno
Festival, concierto	Seleccionamos una muestra (pequeño grupo de personas) usualmente al azar, y preguntamos su opinión sobre el evento.	Encuesta de opinión, entrevista

Ejercicio práctico “B”

Lea el siguiente instrumento, valore la información que puede obtener de ella y explique de qué manera la puede utilizar.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

Lugar: _____

Fecha: ____/____/____

1. ¿Ha visitado alguna vez la Casa de la Cultura?

1. Si
2. No (Pase a la pregunta 5)

2. Si es afirmativa ¿Qué fue lo que más le gusto?

3. ¿Cuál es la actividad cultural que más recuerda?

4. ¿Qué cosas deben mejorar?

5. Si es negativa ¿por qué no ha asistido?

6. ¿Qué actividades le gustaría que se hicieran para que Usted asistiera?

Sexo: M: F:

Edad: Menor de 18 años
De 18 a 25 años
De 26 a 35 años
Mayor de 35 años

Nacido en la comunidad: Si No

Extranjero o Migrante: Si No

Tiempo de residir en la comunidad:

Barrantes, C. **Presentaciones del Primer Módulo del Diplomado en Gestión Cultural** (Taulabé: UNAH/UNESCO/Programa Conjunto “Creatividad e Identidad Cultural para el Desarrollo Local”, Noviembre 2010).

DeCarli, Georgina (2004). **Un Museo Sostenible: Museo y comunidad en la preservación activa de su patrimonio**. 1ed. San José, Costa Rica: Oficina de la UNESCO para America Central. 168 p.

Fuentes, M. Ramírez, J y A. Sosa **Documentos varios del proyecto 'MUA UNESCO fortalecimiento de 24 casas de la cultura'**. (Tegucigalpa, 2010)

King Miranda, C. **Documento Taller de Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)**

Mejía, M. **Cuaderno de difusión Carta Cultural Iberoamericana OEI/ Convención sobre la Protección y promoción de la diversidad de expresiones culturales UNESCO** (Tegucigalpa: OEI, 2007)

Mejía, M. **“Gestión Cultural, un enfoque de proyectos a partir del contexto”** (Tegucigalpa: Secretaría de Cultura, Arte y Deportes/ Litografía López, 2008).
Programa Conjunto “Creatividad e Identidad Cultural para el Desarrollo Local” Gobierno de Honduras, Sistema de las Naciones Unidas y Agencia Española para la Cooperación Internacional para el Desarrollo. **Documento de programa** (Tegucigalpa, 6 mayo 2008).

Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. **Informe sobre desarrollo humano Honduras 2003. La cultura: medio y fin del desarrollo** (San José: Editorama, 2003)

Torres, G. **Taller Interrelación entre medios de comunicación, artistas y gestores culturales** (Tegucigalpa: Programa Conjunto Creatividad e Identidad Cultural para el Desarrollo Local/ MUA Diversidad Ahora, 2010).

Zubiría, S. Abello, I. y Tabares, M. **Conceptos básicos de administración y gestión cultural/ Cuadernos de la OEI** (Madrid: OEI, 1998)



Fortalecimiento
de las
Casas de la Cultura