

PROGRAMA

UNDÉCIMA EDICIÓN

Noviembre de 2018 a mayo de 2019
De lunes a jueves de 16.00h a 19.30h

DUODÉCIMA EDICIÓN. FIN DE SEMANA

Noviembre de 2018 a junio de 2019
Viernes de 15.30h a 21.00h y sábados de 9.00h a 14.30h

500 horas

El contenido del programa en el aula se estructura en 4 módulos distribuidos en un total de 200 horas de duración. Se completa con las horas destinadas a las visitas profesionales, las tutorías de los proyectos y las prácticas profesionales. Las clases tienen lugar en las **instalaciones de La Fábrica** (Calle Verónica 13, Madrid).

MOD. 1

LA CULTURA Y EL SECTOR CULTURAL ESPAÑOL

1.1 CULTURA, INDIVIDUO Y SOCIEDAD. POLÍTICAS CULTURALES

El papel de la cultura y su relación con otros campos sociales, como educación, ordenación urbana, integración social o turismo.

El valor de la Cultura. El papel de las políticas culturales. **Juan Barja.** Dir. Círculo de Bellas Artes.

¿Qué es cultura? ¿Para qué vale? Desarrollo personal y social. **Valerio Rocco Lozano.** Profesor de Historia de la Filosofía Moderna de la Universidad Autónoma de Madrid.

Cultura y proyectos sociales. Proyectos culturales con propósito social. Metodología y experiencias de éxito. **Mireia Petitpierre.** Coordinadora del programa Arte para la Mejora Social de la Obra Social "la Caixa".

Cultura y turismo. La cultura como producto turístico de calidad. Oportunidades y riesgos. Historias de éxito y errores. **Lorenzo Martín.** Jefe de Comunicación, Ministerio de la Presidencia.

Diplomacia Cultural. Cultura y cooperación al desarrollo. Cultura: motor social y económico. Instrumento de diálogo e intercambio entre países. **Jorge Peralta.** Jefe del Dpto. Cooperación y Promoción Cultural. Agencia Española de Coop. Internacional para el desarrollo.

Las industrias culturales, un sector económico de futuro. Cultura generadora de riqueza y empleo. ¿Qué es y qué no es cultura? Políticas de fomento. **Borja Álvarez.** Subdirector General de Promoción de Industrias Culturales y Mecenazgo. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

El papel de la sociedad civil. Mecenazgo, patrocinio, filantropía, donaciones. Asociacionismo. Políticas de fomento. **Isabel Peñalosa.** Directora de Relaciones Institucionales y Asesoría Jurídica. Asociación Española de Fundaciones.

1.2 EL SECTOR CULTURAL ESPAÑOL

La sociedad civil. El sector público y el sector privado. Las industrias culturales y el tercer sector. La proyección internacional de la cultura española.

El sector público. Administraciones centrales y locales. Competencias. Actividades propias, colaboraciones y ayudas.

Jesús Fumanal. Vocal Asesor del Gabinete Técnico. Subsecretaría de Fomento. Ministerio de Fomento

El sector privado. Fundaciones y grandes empresas. Industrias culturales. Profesionales autónomos. **Alberto Fesser.** Vicepresidente de La Fábrica y Presidente de la Fundación Contemporánea.

La proyección exterior de la cultura. AC/E, AECID. Cervantes y el sector público. Las embajadas: diplomacia cultural. Organismos Internacionales: UNESCO, UE, Consejo de Europa... El sector privado. La Marca España. **Miguel Albero.** Director Cultural y de Relaciones Institucionales de la Biblioteca Nacional de España.

El tercer sector. Asociaciones sin ánimo de lucro. Trabajar desde una asociación. Creando red y redes culturales entre ciudadanos. **Rubén Caravaca.** Miembro fundador de Fabricantes de ideas.

1.3 LOS CAMPOS DE LA CULTURA

Panorama de los diferentes sectores culturales. Momento de creación, principales instituciones y agentes, formatos, profesiones, estructura del mercado, proyección exterior. Colaboraciones. Interacciones.

Artes Plásticas y Visuales. **Oliva María Rubio.** Directora Artística. La Fábrica.

Cine. **Puy Oria.** Productora Ejecutiva Oria Films. Presidenta Ama (Asociación Madrileña Audiovisual)

Cultural media. **Javier Díaz Guardiola.** Coordinador sección de arte y arquitectura de ABC Cultural en Diario ABC.

Literatura. **Lorenzo Silva.** Escritor. Premio Planeta 2012.

Música. **Tomás Fernando Flores.** Periodista, crítico musical y Director de Radio 3.

Patrimonio Cultural. **Luis Lafuente.** Subdirector General de Protección y Conservación de la Comunidad de Madrid.

Teatro y Danza. **Mateo Feijóo** Director de Las Naves de Matadero. Centro Internacional de Artes Vivas.

1.4 PANORAMA INTERNACIONAL

Acercamiento al sector de la cultura en una amplia selección de países. Panorama en cada país. Políticas públicas e incentivos. Principales instituciones y actividades culturales. Oportunidades profesionales y de colaboración. ¿Podría trabajar allí? ¿Puedo llevar mi proyecto allí?

Alemania. **Reinhard Maiworm.** Director del Instituto Goethe Madrid

Reino Unido. **Andy Mackay.** Director del British Council.

Unión Europea. Unión Europea. Instituciones culturales. "Europa Creativa 2014-2020" y otras vías de financiación. **Augusto Paramio.** Consejero Técnico y Coordinador de la oficina Europa Creativa-Cultura. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte

1.5 PERFILES PROFESIONALES

El perfil de algunas profesiones especializadas del ámbito cultural, comentado por profesionales destacados. El gestor cultural especializado. El gestor cultural multidisciplinar que debe tratar con los demás profesionales de la cultura. Particularidades y vínculos.

Comisario de exposiciones. **Fernando Castro Flórez.** Comisario y Crítico de arte.

Galerista. **Helga de Alvear.** Galerista. Galería Helga de Alvear.

Editor gráfico. **Chema Conesa.** Editor gráfico, comisario de exposiciones y fotógrafo.

Librero. **Lola Larumbe.** Librera. Propietaria y directora de la Librería Rafael Alberti.

Productor cinematográfico. **Luis Manso.** Productor y director de cine.

Conservador de museo. **Andrés Carretero.** Director del Museo Arqueológico Nacional.

Community manager. **Marina P. Villareal.** Social Media Manager y Coordinadora de Notodofilmfest. La Fábrica.

Editor. **Andrés Rodríguez.** Presidente y editor de Spainmedia.

Artista. **Eugenio Ampudia.** Artista.

Programador de centro. **Lucía Casani.** Directora La Casa Encendida.

MOD. 2

LA GESTIÓN DE UN PROYECTO CULTURAL

2.1 DIRECCIÓN DE UN PROYECTO

El modelo de La Fábrica. Valores, sistema de trabajo, estrategias, lecciones aprendidas. Lo que tienen en común todos nuestros proyectos. **Alberto Anaut.** Periodista, editor y Presidente de La Fábrica.

Business plan. Modelo de financiación. Colaboraciones. Análisis de mercado. Política de precios. Dimensionamiento. **Alberto Fesser.** Vicepresidente de La Fábrica y Presidente de la Fundación Contemporánea.

Organización y gestión de un proyecto. Calendario. Plan de trabajo. Equipo, colaboradores externos. Recursos, documentación. **Luis Posada.** Subdirector de festivales y Exposiciones. La Fábrica.

TALLER: Convierte una idea en un proyecto. **Alberto Fesser.** Vicepresidente de La Fábrica y Presidente de la Fundación Contemporánea.

Evaluación final. Cerrar un proyecto. Presupuesto, documentación, dossier de prensa. Evaluación interna y externa. Presentación de resultados, pública y a colaboradores. **Luis Posada.** Subdirector de festivales y Exposiciones. La Fábrica.

2.2 GESTIÓN ECONÓMICA Y ADMINISTRATIVA

Presupuesto de ingresos y gastos. Conceptos, estimaciones, referencias, negociación. Recursos humanos. Impuestos. Financiación. Cobros y Pagos. Gestorías. **Alberto Fesser.** Vicepresidente de La Fábrica y Presidente de la Fundación Contemporánea.

TALLER: ¿Cuánto cuesta mi proyecto? **Alberto Fesser.** Vicepresidente de La Fábrica y Presidente de la Fundación Contemporánea.

Gestión de patrocinios. A quién se lo ofrecemos, cómo lo presentamos, que ofrecemos a cambio. **Claude Bussac.** Directora General de Festivales y Exposiciones. La Fábrica.

Subvenciones y ayudas públicas. A quién acudir. Requisitos y tramitaciones. Concursos públicos. **Mariana Pineda.** Directora de Fundación Contemporánea.

Gestión de publicidad. Marcas, agencias, centrales. Valoración, tarifas. Soportes, formatos. ¿Qué puedo conseguir? **Enrique Serrano.** Director comercial. La Fábrica

El patrocinador institucional. El punto de vista como patrocinador de una gran institución privada o pública. ¿Qué proyectos nos interesan? ¿Cómo valoramos un proyecto? ¿Qué pedimos a cambio? Buenas y malas experiencias. **Borja Baselga.** Director de la Fundación Banco Santander.

El patrocinador comercial. El punto de vista como patrocinador de una marca comercial. ¿Qué proyectos nos interesan? ¿Cómo valoramos un proyecto? ¿Qué pedimos a cambio? Buenas y malas experiencias. **Antonio Crous.** Marketing Leader de Pernod Ricard.

Propiedad intelectual y derechos de autor. Legislación actual y futura. Impacto del mundo digital. Nuevos modelos. ¿Qué tenemos que saber? ¿Qué alternativas hay? **Carlos Guervós.** Subdirector General de Propiedad Intelectual. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

Copyleft. Gestión libre de derechos. **Stéphane M. Grueso.** Documentary filmmaker, training and video + streaming.

Crowdfunding. **Jonás Sala.** Socio fundador de Verkami.

2.3 COMUNICACIÓN Y MÁRKETING

Como generar y gestionar la imagen e identidad, el desarrollo de públicos y la estrategia de comunicación. Internet y redes sociales, medios de comunicación y relaciones públicas.

Creación de una marca cultural. Casos prácticos: PHotoEspaña, Notodofilmfest... El éxito de saber crear la marca. **Quico Vidal.** Brand Consultant & Strategist. Director y fundador de The Nadie creative think tank.

TALLER: Un proyecto con personalidad. **Quico Vidal.** Brand Consultant & Strategist. Director y fundador de The Nadie creative think tank.

El plan de Marketing y Comunicación. Saber comunicar una idea. Saber comunicar un proyecto. **Álvaro Matías.** Director General. La Fábrica

TALLER: ¿Cómo lo vas a contar? **Álvaro Matías.** Director General. La Fábrica

Imagen e identidad cultural. La importancia de la imagen. ¿Cómo quieres que reconozcan tu proyecto? **Alberto Salván.** Socio y director de arte en el estudio Tres Tipos Gráficos

TALLER: Ponle nombre a tu proyecto. El valor del nombre. Destacar y conseguir la diferencia por el éxito de acertar con el nombre. **Fernando Beltrán.** Poeta y nombrador.

Conectar con las comunidades. Base de la estrategia de comunicación y de marketing en cultura. **Pepe Zapata.** Director de Comunicación, Marketing y Públicos. Grup Focus.

Marketing digital. Web y redes sociales. El panorama de internet: eficacia y pérdida de tiempo, saber distinguirlo. **Miguel Pereira.** Director de Social Noise.

TALLER: Pon tu proyecto en las redes. **Carmen Rosa Franquelo.** Productora audiovisual y Social Media Manager.

TALLER: Haz tu web. **Gloria Bretones.** Directora de proyectos de ArteGB y **Javier Bardón,** Subdirector de Proyectos y Digital de La Fábrica

Prensa. Dossier y rueda de prensa, acciones con medios, clipping. La atención a la prensa. Colaboraciones. **Isabel Cisneros.** Jefa de prensa de La Fábrica

Medios de comunicación. Culturales y generales. Diarios, revistas, radio, TV, web. Cómo trabajar en colaboración. Las claves para llamar su atención. **Peio H. Riaño.** Periodista e Historiador del Arte.

Dívalo con un video. Cómo llegar eficazmente a las nuevas audiencias. **Carmen Rosa Franquello.** Productora audiovisual y Social Media Manager.

Márketing con dispositivos móviles y geolocalización. Nuevas herramientas de comunicación. **Margarita Villegas.** Fundadora de Board of Director Leadership.

Relaciones públicas. Convocatorias, protocolo, actos. La importancia de la atención personalizada en todos los niveles a lo largo de las etapas de un proyecto. **Marta Romero.** MRA Agencia de Comunicación.

Miénteme y dime que me quieres. **Xavier Obach.** Periodista y creador de ¡Atención obras! de La 2 de TVE

2.4 PRODUCCIÓN

La importancia de la fase de producción. Análisis, seguimiento, evaluación. Presupuestos. Ser creativo como factor de éxito.

Producción editorial. Rufino Díaz. Director de Producción editorial. La Fábrica.

Producción de exposiciones. Ana Berruguete. Responsable de exposiciones. La Fábrica.

Producción de festivales y programas culturales. Ana Morales. Coord. Programas pedagógicos y profesionales. La Fábrica.

Producción escénica. Ángel Murcia. Director adjunto del centro Dramático Nacional.

Producción de espectáculos. Delia Piccirilli. Directora artística de CIUDADANO KIEN-Eventos de Ciudad.

2.5 DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

Desarrollo y distribución editorial. César Martínez. Director de desarrollo editorial. La Fábrica

Coproducción e itinerancia de exposiciones. Ana Belén García Mula. Responsable de exposiciones. La Fábrica.

Giras teatro y música. Alberto Muyo. Especialista en programación distribución de espectáculos infantiles.

Distribución cine. Adolfo Blanco. Fundador y Consejero delegado de *A contracorriente films*.

2.6 NUEVOS PROYECTOS

La página en blanco. Por dónde empezar y a partir de casos reales.

Diseño y puesta en marcha de un centro cultural. Álvaro Matías. Director General. La Fábrica

Crear un libro. Crear una revista. Matador, OdP. Eñe. Camino Brasa. Directora Editorial. La Fábrica.

Crear un Festival. PHotoEspaña. María Pallás. Coordinadora de PHotoEspaña- La Fábrica

Convocatorias Internet. NTDF y +. Marina P. Villareal. Social Media Manager y Coordinadora de Notodofilmfest. La Fábrica.

Espacio cultural: librería, galería, tienda. Rosa Ureta. Directora de desarrollo de negocio. La Fábrica.

MOD. 3

HERRAMIENTAS PARA DIRECTORES

3.1 CLAVES PARA DEFINIR UN BUEN PROYECTO

El equipo creativo. Félix Lozano. Co-fundador TeamLabs y socio HUB Madrid.

TALLER: Haz entendible tu proyecto. Haz original tu proyecto. Posicionamiento único. Félix Lozano. Co-fundador TeamLabs y socio HUB Madrid.

TALLER: ¿Cómo trabajar colaborativamente? Cristian Figueroa. Fundador de tejeRedes

Proyectos micro vs. macro proyectos. Como enfrentarse a la gestión del primer proyecto cultural. José Francisco García. Director del IED City LAB y experto en estrategia y gestión del patrimonio cultural, paisaje urbano y turismo.

3.2 CLAVES PARA VENDER TU PROYECTO

Saber comunicarte. Analizar tus carencias y tus virtudes. Porque no todo se comunica de la misma forma

Hacer una presentación efectiva. Javier Bardón. Subdirector de Proyectos y Digital. La Fábrica.

Hablar en público. Javier Bastias. Coordinador del área de habilidades de comunicación de Imantia desarrollo directivo y director adjunto de draft.inn.

3.3 INICIARSE EN EL MUNDO LABORAL

Ser Autónomo. Javier Santos Pascualena. Fundador y socio de Infoautónomos.

Crear una empresa, asociación, fundación, etc. M^a Eugenia Godoy, Directora de Didark.

3.4 INSPIRACIONES

Piezas rápidas, ágiles, divertidas y creativas que inspiran y animan a emprender

La Cultura del vino. Telmo Rodríguez. Fundador de la Compañía de Vinos Telmo Rodríguez.

Poesía, página, texto: Leer y editar en gestión cultural. Nacho Fernández R. Poeta y traductor.

El Estado como organismo regulador del mercado del arte en España. Carlos González-Barandiarán. Secretario de la Junta de Calificación, Valoración y Exportación de bienes del Patrimonio Histórico Español. MECD

El valor social de un proyecto cultural. Juan Carrete. Doctor en Historia.

La vida digital. Gumersindo Lafuente. Periodista.

El consumidor cultural. Eduardo Lazcano. Brand Story Director en DeOleo

Festival FFoco: De proyecto del máster a la realidad. Juan Varela. Coordinador de Fundación Contemporánea y Creador y Codirector de FFoco.

MOD. 4

DESARROLLO DE UN PROYECTO PERSONAL

A lo largo del máster, cada alumno elaborará un proyecto cultural propio aplicando todos los contenidos tratados a lo largo del curso. Contará para ello con 10 horas de tutoría personal a cargo de un profesional de La Fábrica, que hará seguimiento y acompañará al alumno en todo el proceso.

Al final del curso cada alumno presentará su proyecto al grupo y al equipo de tutores, que concederá una **ayuda de 1.000€** para la puesta en marcha del mejor proyecto.

Proyecto a realizar en el curso. Metodología y enfoque de trabajo. Alberto Fesser. Vicepresidente de La Fábrica y Presidente de la Fundación Contemporánea.

Evaluación del curso y seguimiento de proyectos. Alberto Fesser. Vicepresidente de La Fábrica y Presidente de la Fundación Contemporánea. Mariana Pineda. Directora de la Fundación Contemporánea.

Puesta en común de los proyectos. Presentaciones. Mariana Pineda. Directora de la Fundación Contemporánea.

Presentaciones finales y premio al mejor proyecto.

Prácticas profesionales: presentación de opciones.

Tutorías.

VISITAS PROFESIONALES

Visitas a espacios culturales y empresas relacionadas con la actividad cultural, de la mano de sus responsables.

*El programa presentado en este documento puede sufrir cambios o modificaciones