**Ayuda memoria**

# Elaboración de un Proyecto Cultural

Junio, 2010

* Los proyectos son herramientas operativas de planificación, de carácter flexible y que canalizan la acción de los diversos agentes sociales del mundo cultural (ligados a los diferentes ámbitos de nuestro campo cultural), desde una perspectiva que recoge la especificidad del sector en términos de sus necesidades y proyecciones, y orientándose al bienestar y desarrollo de nuestra sociedad.
* Un buen proyecto cultural debe ser un aporte en cuanto originalidad y creatividad. Pero sobre todo, como todo proyecto, debe orientarse a tener un **impacto** en la sociedad, bajo la premisa de su relevancia se sustenta en la solución de un **problema social del mundo cultural**; vale decir, que afecta al desarrollo del campo cultural dentro del contexto cercano a sus propias determinaciones, considerándolo a la vez inserto en el contexto general de nuestra sociedad (el campo cultural como una dimensión de lo social entendido como un todo). Un proyecto cultural solo puede concebirse en el supuesto de la importancia del desarrollo cultural para toda la sociedad.
* Debe tener coherencia con la realidad en la que pretende insertarse y con el modelo de desarrollo cultural y las políticas que tenga el país o la localidad.
* El diseño de proyectos constituye una herramienta fundamental para convertir una buena idea en una realidad.

Etapas para la elaboración de proyectos:

1. **Diagnóstico:**

Identificación de una **situación dentro del campo cultural considerada problemática** en virtud de sus efectos para el desarrollo del propio sector, otros campos, y en general para la sociedad en su conjunto. Apunta al trabajo investigativo orientado a recopilar la mayor cantidad de antecedentes al alcance con respecto a nuestro problema. Estos antecedentes pueden ser de carácter teórico, cuantitativo y cualitativo, experiencias previas, etc. y ayudarán a **caracterizar la situación inicial problemática**, identificando sus principales **causas** (hacia las cuales se orientará posteriormente nuestro proyecto).

La problematización deberá realizarse de tal forma que permita formular de la manera más aprehensible posible nuestro problema

**Ejemplo**:

Problema: Poca penetración de la danza independiente en los hábitos de consumo cultural de la gente.

Causa: En Chile existen pocos espacios para la difusión de la danza independiente. (Probablemente producto de nuestra breve investigación hallaremos más causas, es importante identificarlas)

Antecedentes: Según la **encuesta de consumo cultural la danza es de las disciplinas con más bajo consumo** (....) Asimismo son solo dos los encuentros nacionales que se realizan anualmente y no cuentan con ......(antecedentes)

1. **Objetivos**: Los objetivos del proyecto deben tener directa relación con la etapa anterior del diseño (el diagnóstico del problema), ya que han de orientarse a la solución del problema identificado mediante el tratamiento de sus dimensiones identificadas como causas. Esto no ha de perderse de vista ya que nos permite argumentar la relevancia de nuestro proyecto, además de que contribuye a asegurar una intervención más efectiva.

**Objetivo general**: Apunta a la solución del problema que identificamos. (En algunas metodologías es denominado Objetivo de Fin, y tiene relación con la transformación social a largo que plazo que se espera de la intervención de la realidad)

Ejemplo: Apoyar el desarrollo de la danza en Chile

**Objetivo(s) específico(s):** Descompone el objetivo general en dimensiones abordables en una intervención (en algunas metodologías se le denomina Objetivo de Propósito). En concreto, hace referencia a la solución de la causa del problema que seleccionaremos para intervenir con el proyecto. En este sentido, el carácter abordable de los objetivos específicos implica que estos deben definirse de la manera más clara posible, en particular atendiendo a la definición de la causa identificada. Idealmente debemos ser capaces de expresar en términos cualitativos o cuantitativos el aporte de nuestro proyecto. Cabe prevenir un error común: el objetivo **no es** una descripción de las actividades, sino lo que se busca de ellas.

**Ejemplo**: Generar espacios para el desarrollo de la danza independiente con convocatoria para (x) compañías y (x) cantidad de audiencia (en correspondencia con la medición de la encuesta de consumo cultural sobre la audiencia).

Es de importancia no perder de vista que **los objetivos (tanto el general así como los específicos) no son el proyecto**: vale decir, si el problema diagnosticado es falta de espacios para danza, el objetivo específico **no puede ser** “desarrollar un festival de danza”, sino más bien “generar espacios para el desarrollo de la danza”.

1. **Descripción:**

Indica, explicita y define de qué se trata el proyecto.

**Ejemplo:** se trata de realizar un encuentro periódico de danza independiente que permita dar a conocer a las compañias de danza profesional, mediante.....

1. **Fundamentación:**

Expone las razones por las cuales el proyecto es importante tanto en términos de relevancia teórica y práctica, originalidad y aporte. Se enfoca en el ¿Porqué? Aquí uno se juega los argumentos fuertes del proyecto. Sirven las experiencias anteriores de proyectos similares que han tenido éxito o han fracasado en el intento de solucionar el proyecto, explicitando los aprendizajes que se extraen de ellos, y las ventajas que aporta nuestro proyecto

Ejemplo: Es un proyecto muy relevante ya que busca dar continuidad a experiencias que han resultados exitosas y de muy buena acogida como son los encuentros de danza que sin embargo no cuentan con una continuidad que permita crear audiencias fieles.

1. **Focalización:**

Donde y a quienes (público objetivo). Delimita los alcances del proyecto. Se orienta a la identificación de una **población de referencia** (un grupo humano que comparte el atributo a ser intervenido, vale decir, que se ven afectadas por el problema)

Ejemplo: Público de actividades artísticas, público en general.

También puede considerarse la identificación de una **población carenciada**, (un subgrupo de la población de referencia, identificada por algún criterio de focalización, como por ejemplo tener el problema con mayor intensidad, o encontrarse en un marco territorial determinado)

Ejemplo: Jóvenes de escasos recursos ligados a comunidades artísticas, centros culturales y casas de la cultura.

Ejemplo 2: Público de instituciones culturales de determinada comuna.

Finalmente, sobre la base de la población carenciada debe identificarse un subgrupo a intervenir directamente, que es la **población objetivo** (la cual se define en base a criterios de focalización, criterios técnicos de factibilidad, políticos, etc.). Ellos serán los beneficiarios directos del proyecto.

**Ejemplo:** Jóvenes participantes o asistentes del centro cultural “Señora Juanita”.

1. **Planificación:**

Describe las **actividades** o pasos a seguir de la manera más específica posible. Ordena en el tiempo estas acciones a través de un cronograma o carta Gantt.

Implica como primera etapa identificar los **productos** del proyecto, vale decir, los bienes y servicios que serán producidos durante la intervención. En segundo lugar, será necesario elaborar una carta Gantt por cada producto identificando cada una de las actividades necesarias para su realización

Ejemplo:

* **Producto 1:** 
  + Mesa permanente de agentes comunales que asegure la periodicidad
* Actividades:
  + Identificar a los agentes comunales involucrados. Semana 1
  + Convocar a los agentes a reuniones periódicas. Semana 2
  + Etc.
* **Producto 2:**
  + El primer encuentro de la danza independiente.
* Actividades:
  + Reuniones con auspiciadores. Semana 1
  + Contacto con compañías. Semana 2
  + Arriendo de Ubicación. Semana 3
  + Arriendo de Equipos. Semana 4
  + Difusión. Semana 5
  + Montaje. Semana 6
  + Etc.semana 7.

Ejemplo carta gantt

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Actividades | Semana 1 | Semana 2 | Semana 3 | Semana 4 |
| Reuniones con auspiciadores. | xxx | xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx |  |  |
| Contacto con compañías. | xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx |  |  |  |
| Arriendo de Ubicación. |  | xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx |  |  |
| Arriendo de Equipos. |  |  |  | xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx |
| Difusión. |  |  | xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx | xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx |
| Montaje. |  |  |  | xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx |

1. **Presupuesto:**

Cuanto cuesta realizar el proyecto considerando todas las acciones a seguir, sueldos, equipos, difusión, etc. Debe contabilizarse todo, incluso los espacios a ocupar, aunque luego se consigan como auspicio.

Idealmente debe trabajarse sobre la planificación de los productos y las actividades a realizar, ya que de este modo es posible conocer de manera exhaustiva cada uno de los gastos en los que se incurrirá.

Ejemplo: Producto 2

|  |  |
| --- | --- |
| Transporte para reuniones | 25.000 |
| Arriendo ubicación | 12.000.000 |
| Galvanos para invitados | 100.000 |
| Equipos de Audio | 1.000.000 |
| Afiches | 200.000 |
| **Total** | **13.325.000** |

1. **Evaluación y seguimiento:**

Ambos conceptos son parte de un mismo proceso pero el primero se refiere al modo de medir el impacto del proyecto, vale decir, nuestro aporte a la solución del problema. Concretamente consiste en la elaboración de un instrumento que permita dar cuenta de la transformación de la realidad, de la situación inicial previa a la intervención. Es importante notar que la evaluación del proyecto debe relacionarse directamente con el diagnóstico del problema, ya que es allí donde se define y operacionaliza cualitativa y cuantitativamente el problema y la causa a intervenir. Asimismo, se relaciona con los objetivos específicos del proyecto en tanto ellos identifican concretamente la dimensión abordable del problema para el proyecto.

**Ejemplo**: aumento en el consumo cultural de danza independiente. (fuente: cifras de la encuesta de consumo cultural).

El seguimiento consiste en el mecanismo de control diseñado para asegurar el cumplimiento de las diversas actividades planificadas en el proyecto. De esta manera nos aseguramos que los recursos sean destinados de manera adecuada y favorecemos el desarrollo expedito de la intervención.

**Ejemplo**: Contacto con empresarios auspiciadores: Logrado/No Logrado

**Nota:** La extensión de los ejemplos no da cuenta necesariamente de la extensión que debe tener cada item en la formulación de un proyecto.

**Estrategias para la realización del proyecto**

**1. Estrategia de financiamiento**

Consiste en proyectar una forma posible de financiar el proyecto. Se debe definir la proveniencia de los recursos. En base al proyecto que tenemos se buscarán recursos públicos o privados, se postularan o no a fondos concursables y a cuáles. Se debe pensar a quienes se solicitaran auspicios y colaboraciones, entre otras consideraciones.

Es preciso considerar todo lo indicado en clases respecto de los fondos concursables. Hay que recordar, también que un proyecto puede ser visto en forma modular, es decir, considerando distintas líneas de financiamiento para diferentes partes del proyecto.

**2. Estrategia de posicionamiento**

Muy ligada a la anterior, considera los contactos y apoyos necesarios para la realización del proyecto. A qué instituciones del Estado y a que personas dentro de estas instituciones hay que presentar el proyecto. Muchas veces la consecución de fondos o colaboraciones depende del apoyo institucional con el que se cuente. Aquí se deberá definir con que patrocinios hay que contar.

Importante es considerar si el proyecto se enmarca dentro de las políticas culturales, nacionales, sectoriales o locales. El proyecto debe encontrar resonancia en el marco institucional. Asimismo se pueden considerar otros marcos políticos o temáticos (Políticas municipales, Bicentenario, otros)

Hay que incorporar lo visto en clases en relación con la institucionalidad cultural y sus políticas.

**4.** **Estrategia de difusión**

Define los medios a los cuales se debe recurrir de acuerdo al alcance de nuestro proyecto (para un proyecto comunal, por ejemplo, puede ser inalcanzable tratar de conseguir la cobertura de un canal nacional), los soportes de difusión más adecuados (afiches, folletos, etc). Todo aquello que implique comunicar el proyecto (redes, reuniones, etc).

**Nota:** Por supuesto, estas estrategias deben estar en concordancia con lo que se planteó en el proyecto.

* **¿Qué es un patrocinio?**   
  Es el respaldo de una institución pública o privada a un determinado proyecto cultural, que no involucra el desembolso de recursos económicos por parte de la institución que entrega el apoyo.
* **¿Qué es un auspicio?**   
  Auspicio es el apoyo de una institución pública o privada a un proyecto cultural que incluye un aporte económico financiero en dinero, en especies o prestaciones de servicios, como la publicidad, por ejemplo.

**Bárbara Negrón, profesora.**

**Simón Palominos, ayudante.**