



Multiciencias

ISSN: 1317-2255

revistamulticiencias@gmail.com

Universidad del Zulia

Venezuela

Sánchez Rodríguez, Félix; Numa Rodríguez, Mirtha; Sánchez Numa, Aníbal  
Hacia la formación de públicos culturales desde una estrategia pedagógica

Multiciencias, vol. 16, núm. 2, 2016, pp. 202-210

Universidad del Zulia

Punto Fijo, Venezuela

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90452745011>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

**MULTICIENCIAS**, Vol.16, Nº 2, 2016 (202-210)

ISSN: 1317-2255 (IMPRESO) / Dep. Legal pp 20002FA828

ISSN: 2477-9636 (DIGITAL) Dep. Legal ppi 201502ZU4642

## Hacia la formación de públicos culturales desde una estrategia pedagógica

**Félix Sánchez Rodríguez, Mirtha Numa Rodríguez y Aníbal Sánchez Numa**

*Centro de trabajo: Centro Provincial de Investigaciones Culturales “Enrique Sosa”. Ciego de Avila. Cuba*

[mirtha@unica.cu](mailto:mirtha@unica.cu)

### Resumen

La formación de públicos por parte de las instituciones culturales constituye una necesidad, por cuanto los estudios realizados revelan la insuficiente participación de los ciudadanos en los espacios creados por estas instituciones para el disfrute del producto cultural. El presente trabajo tuvo como objetivo proponer una estrategia pedagógica para la formación públicos culturales, lo cual constituye su principal aportación. Para su desarrollo se partió de un diagnóstico inicial y de un análisis de los antecedentes teóricos relacionados con la problemática. Se realizó una implementación parcial de la estrategia, y a través del criterio de especialistas y la realización de talleres de socialización se llegó a la conclusión de que es viable su introducción en la práctica y que contribuye a la formación de los públicos culturales.

**Palabras clave:** formación de públicos culturales; proceso formativo; estrategia pedagógica

# Towards Cultural Publics Formation from a Pedagogical Perspective

## Abstract

The formation of public by cultural institutions is a necessity, because studies reveal insufficient involvement of citizens in the spaces created by these institutions for the enjoyment of the cultural product. This paper aimed to propose a pedagogical strategy for cultural public, which is its main contribution. For its development, an initial was performed and an analysis of the theoretical background related to the problem was performed. A partial implementation of the strategy and through the criterion of specialist workshops and socialization is concluded that it is feasible its introduction in practice and contributing to the training of cultural public was made.

**Keywords:** formation of cultural publics; educational process; pedagogical strategy.

## Introducción

Los profundos cambios que se producen en las sociedades contemporáneas dan lugar al surgimiento de nuevas exigencias en las diferentes profesiones y en la formación de los especialistas en desarrollo cultural; así como en el funcionamiento de las instituciones de la cultura.

Las instituciones culturales pertenecen al conjunto de las denominadas instituciones sociales. Actúan como enlaces entre la política cultural y la ciudadanía, llevando así a la práctica la primera. Son consideradas no solo difusoras de cultura sino agentes educativos, y deben contribuir a crear en la población del entorno en el que inciden individuos capacitados para efectuar la percepción y apreciación artística, motivados, activos y críticos, en correspondencia con la necesaria formación cultural de los ciudadanos y las demandas de la política cultural.

La revisión de los resultados científicos publicados al respecto por algunos autores, entre ellos, a nivel nacional: Alzugaray y Linares (2008), Calvo (2002), y a nivel internacional: González (1994), Guedes (2001), Wortman (2008), Rivero (2008), García (1999), Pou (2009), así como el diagnóstico realizado mediante encuesta aplicada a directivos y especialistas del trabajo cultural en la provincia Ciego de Ávila, Cuba, permiten afirmar que aún no se ha avanzado suficientemente en ese sentido. Por esta razón se hace necesario trabajar en función de elaborar estrategias para el trabajo cultural, que tomen en cuenta los principios pedagógicos, de modo que las Instituciones Culturales Comunitarias

doten de una dimensión pedagógica, la labor de promoción y animación, a fin de provocar una transformación educativa en los ciudadanos del entorno.

## Metodología

En el desarrollo del trabajo se parte de un diagnóstico acerca de la situación en que se encuentra en la provincia de Ciego de Ávila la participación artístico-perceptiva de los miembros de la comunidad, en los espacios creados por las instituciones culturales comunitarias, para el disfrute de las diferentes manifestaciones artísticas. En el balance efectuado por la Unión Nacional de Escritores y Artistas Cubanos (UNEAC) Informe del VII Congreso de la UNEAC (2014) y otras instituciones, recientemente, así como en los estudios desarrollados por instituciones culturales del territorio avileño, se revelan las siguientes insuficiencias en los resultados de la proyección educativa eficiente de las instituciones culturales comunitarias:

1. Limitaciones en la práctica cultural institucional de la población comunitaria como creador, intérprete y consumidor cultural.
2. Dificultades de la comunidad para vincularse a prácticas y ofertas culturales en aquellas manifestaciones que requieren de una específica educación artística previa.
3. Insuficiente respuesta comunitaria a las acciones de divulgación, animación y promoción que realizan las instituciones culturales en torno a las prácticas correspondientes de las que son escenarios.

#### 4. Reducida incorporación al modo de vida comunitario de la práctica cultural institucional

Lo anterior permite identificar como problema: Limitada participación de la comunidad en los espacios creados por las instituciones culturales comunitarias para la percepción y disfrute de sus ofertas y como objetivo del trabajo la elaboración de una estrategia pedagógica para la formación de públicos culturales a través de la labor de las instituciones culturales comunitarias.

Partiendo del problema identificado y el objetivo trazado, se realizan algunas consideraciones teóricas y metodológicas, que conllevan a la elaboración de una concepción pedagógica para la formación de los públicos culturales, la cual sustenta teóricamente la elaboración de una estrategia pedagógica. Se realiza una valoración de la pertinencia de la estrategia elaborada mediante el criterio de especialistas. También se desarrollan cursos sobre la temática y talleres de socialización de los resultados en los que participaron directivos y promotores de las Instituciones comunitarias de la provincia de Ciego de Ávila en Cuba, lo que permite enriquecer la propuesta.

### Resultados y discusión.

Algunas consideraciones acerca de la labor formativa de las instituciones culturales comunitarias. ¿Por qué resulta imprescindible la labor formativa de las instituciones culturales comunitarias?

La educación, en su sentido amplio, trasciende la institución escolar. A escala de toda la sociedad el proceso educativo no se limita a la escuela sino que es resultado de la labor coherente de esta y las demás fuerzas educativas Báxter *et al.* (2002) Se entienden por fuerzas educativas todos los factores que intervienen en este proceso, entre las que se encuentran las instituciones culturales Portillo y Contreras (2013).

El reconocimiento de los escenarios formativos y educativos no escolares está presente en pedagogos como Fuentes (2002) e Ibarra (2005). La sociedad también educa a sus hombres, a través de factores no formalizados, como son: los medios de comunicación masiva; los centros culturales; museos y salas de arte, bibliotecas, los centros de entretenimiento; los grupos y asociaciones. El concepto de educación se ha ampliado y no se reduce solamente al aprendizaje de conocimientos a fin de insertarse laboralmente, lo que supone el acento en la preparación para la vida. Tal como lo refiere Fuentes (2008)

Las organizaciones y las instituciones sociales, presentes en la comunidad, como casa de cultura, museos, galerías de arte, casa de la música entre otras instituciones, desempeñan un papel importante y propician

influencias educativas hacia todos los que en ella conviven. Fernández (2008). Las instituciones culturales comunitarias pertenecen al conjunto de las instituciones sociales, son consideradas como agentes educativos. Estas deben contribuir a despertar en la población del entorno comunitario el interés por las distintas manifestaciones artísticas, como creadores e intérpretes aficionados, o como públicos reales o competentes, con disposiciones y habilidades para la percepción y disfrute de estas manifestaciones.

De este modo influyen en los individuos de la comunidad para despertar en ellos la vocación artística, a través de la realización de acciones dirigidas a capacitarlos para la práctica cultural, el desarrollo de la percepción y la apreciación artística, convertirlos finalmente en seres culturalmente motivados, activos, críticos, en correspondencia con la necesaria formación estética de los ciudadanos, así como las demandas de la política cultural.

Esta tarea exige de las instituciones culturales comunitarias no solo ofrecer una oferta estable de calidad, sino de una intencionalidad educativa en su actuación, orientada al acercamiento de la ciudadanía a la oferta artística, favorecer el cultivo de sus inquietudes estéticas, dotarla a su vez de las herramientas adecuadas para el disfrute estético, y la conversión de la práctica artística en una necesidad cotidiana, parte de su modo de vida, así como forma de actuación como participante de la vida cultural comunitaria.

Constituye tal propósito un desafío para las instituciones culturales comunitarias, las que deben convertirse así en escenarios artísticos-educativos, y desarrollar un proceso formativo extraescolar, no formal, continuo, pero intencional, organizado en coherencia con sus restantes procesos, y resultante del aporte pedagógico y didáctico del conjunto de acciones dinamizadoras de la vida comunitaria.

¿En qué sentido debe orientarse la labor formativa de las instituciones culturales comunitarias?

La labor formativa de las instituciones culturales debe estar orientada hacia la formación constante de un público competente, capaz de actuar en pro de su autoformación estética, cuyos niveles de participación en los eventos artísticos lleguen a corresponderse con la red de instituciones de este tipo existentes en el país, la gran fuerza de profesores de educación artística, instructores de arte, promotores, y otros especialistas, que han enriquecido el escenario cultural educativo cubano Báxter (2010).

Tal propósito educativo implica estructurar el trabajo de estas instituciones de un modo sistémico, eficientemente dirigido hacia el encargo social de preparar a los miembros de la comunidad para el disfrute del producto cultural ofertado por ellas, a partir del desarrollo de una

programación que integre los procesos de proyección, coordinación, dirección y evaluación, dinamizada a través de las dimensiones del quehacer cultural (animación, creación, preservación, divulgación) Guedes (2001).

En el estudio de los referentes teóricos existentes acerca del proceso formativo de las instituciones culturales comunitarias, se revela la existencia de insuficientes propuestas teóricas y metodológicas que aborden el proceso de formación de públicos como un objeto de naturaleza pedagógica, conducente a una labor cultural de dimensiones formativas sustentada en el proceso difusivo-perceptivo cultural institucional.

En Cuba, el Ministerio de Cultura, Prieto (2001) ha estrechado sus vínculos con las instituciones educativas en aras de la educación estética y artística de la población, y ha convocado a enfocar la incidencia cultural comunitaria de sus instituciones también desde una perspectiva educativa de los procesos del trabajo cultural, como lo son la animación, la promoción y la programación.

Sin embargo, aunque hoy existen avances significativos en este sentido, aún las acciones realizadas no han provocado un cambio sustancial, en lo relativo a elevar la participación de los públicos en las ofertas de las instituciones culturales, por cuanto esta labor no se concibe desde un enfoque educativo, sino desde la animación y promoción cultural.

Por esta razón la concepción de la programación de las instituciones culturales, no toma en cuenta las cualidades y características propias de la labor educativa que conlleva, una actividad dirigida a promover el interés por participar en sus ofertas artísticas. Es decir, al abordar el trabajo de estas instituciones en función de la educación artística comunitaria, no se le atribuye de manera consciente e intencional un carácter educativo a la programación.

De manera general en la programación de las instituciones culturales no se conciben acciones que de modo gradual y sistemático vayan dirigidas a provocar una transformación de los individuos de la comunidad a fin de dotarlos de conocimientos, habilidades y valores para la percepción y el disfrute estético de las ofertas que promueven estas instituciones.

La programación cultural se reconoce como el principal proceso que transcurre en estas entidades, el que por su sistematicidad, variedad y calidad debe aportar las experiencias y vivencias imprescindibles para que el encuentro arte-público deje una huella duradera y transformadora, que sea expresión de una labor formativa de públicos culturales en los consumidores de sus ofertas Linares (1998).

Al no asumirse el carácter educativo de la programación cultural, se concibe la formación artística desprovista de un proceso, sistemático y consciente,

con una orientación, un objetivo en correspondencia con el encargo social de la formación de los públicos. Es decir no se trabaja en función de desarrollar en los ciudadanos, niveles cada vez más altos de competencia, a través del desarrollo de acciones que de modo dosificado vayan consolidando la formación de un público que disfrute y perciba el producto cultural.

Hay una marcada ausencia de teorización sobre la institución cultural como agente también de la labor educativa para desarrollar el proceso formativo de la población para su conversión en "público cultural", y los objetivos fundamentales se dirigen al perfeccionamiento de la promoción y la animación cultural y no a lograr un enfoque educativo del proceso de la formación de públicos.

Tampoco se resalta el carácter de proceso de la formación de públicos culturales, por lo que no se revelan componentes esenciales de este como su diseño, planificación, ejecución y evaluación. De este modo las acciones dirigidas al público se limitan a estudios y diagnósticos, dejando a un lado las acciones transformadoras que deben emprenderse a partir de los resultados obtenidos en esos estudios. Sánchez y Numa (2014).

¿Cuál debe ser la peculiaridad distintiva de la labor formativa de los públicos culturales?

La peculiaridad distintiva de este proceso se manifiesta en la prevalencia de la integración de lo cultural y lo pedagógico en el desarrollo de la práctica cultural, dinamizada por la relación entre la promoción instructiva movilizadora y la comunicación educativa desarrolladora de intencionalidades y habilidades artísticas perceptivas. Esta relación se sintetiza en la intervención institucional sociocultural comunitaria y en la socialización perceptiva apreciativa en los escenarios de las instituciones culturales, lo que deviene en orientación epistémica de la concepción del proceso de labor formativa de públicos culturales. Numa et al (2015)

La categoría público cultural ha sido objeto de atención tanto por la sociología de la cultura, la promoción, comunicación y animación cultural; y los estudios sobre este tipo de consumo. Varios autores, entre ellos González y de Cambra (2004), Jiménez y Arbeláez (2007) y Téllez (2010), han definido el concepto de público cultural. Se asume aquí la siguiente definición, por considerarse la más integra: "Se entiende por "público cultural" al conjunto de agentes sociales que poseen las disposiciones (inculcadas o adquiridas) que los hacen capaces de evaluar, apreciar y valorar los discursos y objetos de una oferta cultural específica en un momento histórico dado." González (1994:123).

La formación de los públicos culturales, ha sido conceptualizada por diversos autores, entre los que se encuentran Guedes (2001), Pérez (2010) y Carriera (2010). De estas enunciaciones, sobresale por su contenido pedagógico la siguiente definición:

“... proceso a través del cual promotores, instituciones y artistas facilitan el que diversos grupos amplíen sus conocimientos y sus posibilidades de aprendizaje e interacción con el arte (...) es la creación de actitudes, sensibilidades, disposiciones, creencias y prácticas relativas a la posibilidad y capacidad de disfrute de las diversas expresiones artísticas, en las mentes, en los sentidos y en los cuerpos de los espectadores habituales y potenciales”. Jiménez y King (2001: 123).

También se debe enfatizar en que:

” Es importante el interés del propio sujeto por su formación, su actitud autoformativa. Al respecto considero conveniente que el espectador que quiera valorar en su máxima intensidad el consumo artístico se sujete a su formación de consumidor para pasar de ser un aficionado del arte a un verdadero consumidor artístico; alcanzando esto sólo con la alternativa permanente de estar consumiendo productos artísticos y abrirse como esponja al consumo estético en torno al que giran las manifestaciones artísticas”. Para Téllez (2010:7)

Sobre las características de este proceso se tiene en cuenta además que

“Los procesos de formación y desarrollo de públicos tienen un carácter continuo y deberán ser diseñados, ejecutados, controlados y evaluados desde una perspectiva diferenciadora, tendente a integrar desde la participación a cada uno de los interesados. Posibilitan a estos asumir el hecho artístico con conocimiento de causa, apreciarlo y disfrutarlo plenamente Gutiérrez (2010:124).

### **Ideas y principios que deben prevalecer, al concebir el proceso de formación de públicos en las instituciones culturales comunitarias**

Las ideas y principios que se enuncian en el trabajo son aportadas por los autores del trabajo. Numa y Sánchez (2015).

#### **Ideas básicas a considerar**

1. El consumo cultural requiere que el que lo disfruta (público cultural) posea determinadas capacidades, habilidades, conocimientos, hábitos, valores que de forma general no puede adquirir espontáneamente sino que resulta necesario que les sean inculcados y desarrollados

2. Durante el proceso formativo el público cultural transita escalonadamente por distintas categorías, llegando a adquirir las cualidades que lo hacen pasar de potencial, incapaz de percibir y apreciar el arte, a profesional o competente.
3. El proceso de formación de los públicos culturales consta de dos etapas, una no presencial que tiene como escenario el espacio comunitario, mediante la influencia hacia el exterior de la Institución Cultural Comunitaria, y otra presencial, decisiva, que ocurre en el espacio cultural institucional.

#### **Principios:**

—La influencia pedagógica de la práctica cultural sistemática e institucional.

Conforme a este principio se integra lo artístico y lo pedagógico en la concepción de una programación artística dotada de una dimensión educativa. Esto significa que han de planificarse y desarrollarse actividades de promoción con un carácter instructivo, portador de la información requerida para despertar en los ciudadanos el interés por participar en las ofertas de las instituciones culturales. Estas actividades deben desarrollarse en los espacios comunitarios con el propósito de provocar una movilización que convierta los ciudadanos en públicos, cuando de manera espontánea incorporen a sus hábitos, la participación en los espacios creados por estas instituciones. Esta programación debe incluir además de las actividades que tradicionalmente se desarrollan en estos espacios, otras de carácter instructivo dirigidas a desarrollar habilidades para la percepción y apreciación artística. El desarrollo de estas destrezas, conlleva a la formación de un público cultural competente.

—El carácter contextual de la formación artístico-cultural.

Conforme a este principio las instituciones culturales deben convertirse en agentes educativos que desde su singularidad contribuyan al proceso de formación general de la sociedad. Se formula tomando como elemento esencial, que alrededor de estas instituciones, se gesta un movimiento de creadores y de público interesado en el arte, que está sustentado en el desarrollo de una programación cultural que desde la labor de estas entidades, integre todos los elementos del sistema de la cultura, en función de la política cultural del Estado, logrando así un mayor nivel de adecuación a las realidades, necesidades, características y potencialidades del desarrollo cultural del entorno.

## **Estrategia Pedagógica para la formación de públicos, en las instituciones culturales comunitarias.**

**Objetivo general:** Contribuir a la formación de públicos culturales a través de la inserción de procedimientos pedagógicos en la labor de promoción, animación y programación de las Instituciones culturales comunitarias.

### **Etapas:** Etapa I: Diagnóstico.

**Objetivo específico:** Delimitar las características del entorno sociocultural comunitario enmarcado en la localidad donde se encuentra la Institución Cultural de que se trate.

### **Acciones a desarrollar por los gestores culturales de la Institución.**

- Aplicar instrumentos dirigidos a Identificar las potencialidades que existen en el entorno sociocultural de la comunidad para una labor de difusión cultural, dotada de una comunicación educativa.
- Aplicar instrumentos dirigidos a Identificar las potencialidades que existen en la institución cultural para el desarrollo de una programación cultural dotada de un carácter pedagógico.

### **Etapas:** Etapa II .Preparación

**Objetivo específico:** Diseñar la estructura y contenido de una programación cultural orientada a la Formación de Públicos.

### **Acciones a desarrollar por los gestores culturales de la Institución**

- Planificar el desarrollo de una promoción cultural instructiva, movilizadora, que genere en la comunidad el interés por participar en los espacios creados por las instituciones culturales.
- Planificar el desarrollo de actividades a ejecutarse en los espacios creados por las instituciones culturales, que promuevan la interacción de los públicos con los artistas que protagonizan sus ofertas.
- Planificar, actividades de carácter instructivo, a desplegarse en los espacios de las Instituciones culturales, dirigidas a desarrollar habilidades artísticas perceptivas en los públicos potenciales.

### **Etapas:** Etapa III Ejecución

#### **Objetivos específicos:**

1. Asegurar la comunicación sistemática con los públicos potenciales y reales de la comunidad.
2. Movilizar a los públicos comunitarios mediante las diferentes vías que ofrece la promoción cultural.
3. Elevar la preparación de los públicos culturales para realizar la apreciación artística de las ofertas de la programación cultural.
4. Desarrollar los conocimientos, capacidades y habilidades de los públicos culturales.
5. Estimular los diferentes tipos de públicos para su avance hacia la formación como públicos competentes

### **Acciones a desarrollar por los artistas, escritores y gestores culturales de la Institución**

- Desplegar en la comunidad del entorno institucional, una programación cultural orientada al desarrollo de disposiciones y habilidades, para el disfrute artístico perceptivo de las diferentes manifestaciones del arte y la literatura.
- Crear espacios de consumo cultural con un diseño y contenido que favorezcan la formación de los públicos.
- Desarrollar de forma sistemática, en el ámbito en las instituciones culturales, en los barrios y entidades enclavadas en el entorno comunitario vinculado de la institución cultural: actividades, tales como talleres literarios, peñas, recitales, tertulias, encuentros con escritores, actores y músicos destacados, dirigidos a provocar la interacción de los públicos potenciales, con los artistas y escritores.
- Desarrollar de forma sistemática en el entorno comunitario de la institución cultural: conferencias y talleres dirigidos a promover la apropiación de conocimientos y desarrollo de habilidades acerca de la apreciación y valoración del arte y la literatura.

### **Valoración de la pertinencia de la estrategia pedagógica, elaborada para el desarrollo del proceso de formación de públicos culturales**

Para valorar la pertinencia de los resultados reflejados en el trabajo se empleó el criterio de especialistas para su valoración. Para esto se seleccionaron treinta (30) especialistas, de ellos quince (15) directivos de las diversas instituciones culturales de la provincia de Ciego de Ávila, diez (10) promotores culturales, y cinco (5) trabajadores con experiencia en el trabajo cultural. Se impartió un curso sobre la temática abordada,

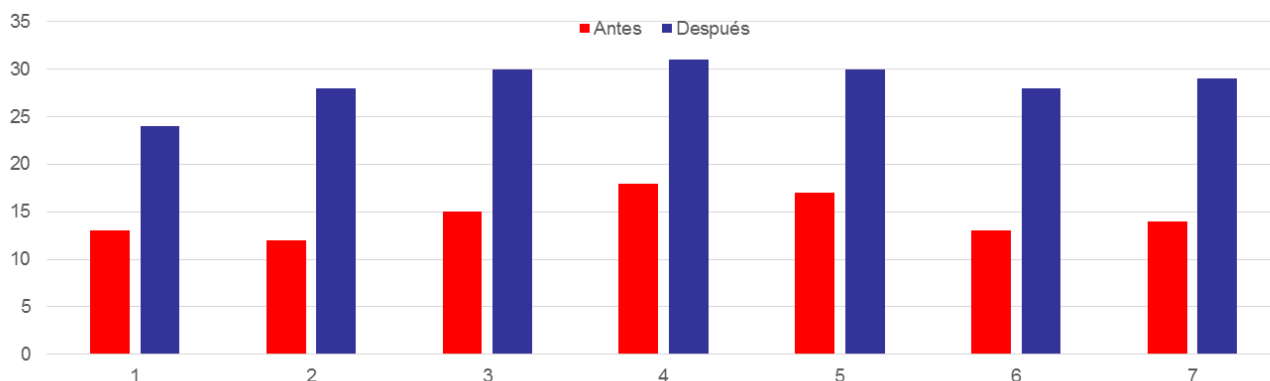
a fin de renovar sus conocimientos al respecto. Posteriormente se desarrollaron 10 talleres de socialización de los resultados con estos especialistas, en los que se valoró y se debatió acerca de los resultados presentados, lo cual contribuyó a perfeccionar la estrategia propuesta. En encuesta realizada a los especialistas se constató que el 90% la consideran muy adecuada y el 10% bastante adecuada.

Para corroborar la validez de la estrategia elaborada se implementó parcialmente en las Instituciones Culturales de la ciudad de Ciego de Ávila, durante seis meses.

Su impacto se midió a través de una guía de observación que tuvo en cuenta los siguientes indicadores de los niveles de participación de los públicos:

1. Asistencia a casas de cultura, casa comunal o de la trova.
2. Asistencia a conciertos de música clásica.
3. Asistencia a bibliotecas o librerías.
4. Asistencia a galerías de arte o museos.
5. Asistencia al teatro.
6. Asistencia a cines o salas de video.
7. Asistencia a presentaciones de libros, talleres o tertulias literarias

Los resultados que se observan en el gráfico 1 revelan que la introducción del aporte obtenido provocó transformaciones positivas en cuanto a los niveles de participación medidos.



**Gráfico 1.** Niveles de participación.

**Fuente:** Propia

## Consideraciones finales

La labor formativa de públicos culturales es un proceso sistemático, planificado, orientado al desarrollo de disposiciones, en los miembros de la comunidad, que los lleven a incorporar a su modo de vida la participación sistemática en los espacios creados por las instituciones culturales comunitarias: así como habilidades artístico perceptivas para el disfrute de las diferentes manifestaciones del arte, a través de actividades de carácter instructivo educativo insertadas en la programación cultural de estas instituciones.

Según la valoración realizada acerca de los resultados propuestos, se considera que la estrategia realizable y pertinente. Los resultados más relevantes de la aplicación de los resultados reflejados en el trabajo, en lo relativo a la Formación de los Públicos Culturales fueron:

La obtención de un incremento de la motivación de la población para participar de la vida artística cultural comunitaria.

El desarrollo de un vínculo más estable, dinámico y creador entre las Instituciones Culturales y su entorno social.

Incremento de los niveles de público tanto en el orden cuantitativo como cualitativo, en especial la elevación de sus competencias como público cultural competente.

## Referencias

- ALZUGARAY, María Carla; LINARES Cecilia (2000). Sobre el consumo cultural de la población cubana de hoy Pensamiento y tradiciones populares. En: A, Vera (Eds), **Estudios de identidad cultural cubana y latinoamericana. Compilación.** (p.p.258-256) La Habana.

- BÁXTER, Esther; MARTÍNEZ, Amelia; BONET, Mirtha (2002). **La escuela y el problema de la formación del hombre**. La Habana. Editorial Pueblo y Educación. Impreso en La Habana, Cuba. p. p. 143.
- BÁXTER, Julia (2010). La gestión de proyectos socioculturales. Una aproximación desde sus dimensiones. En: A. Martín (Eds), **Promoción Cultural. Selección de lecturas. Compilación** (p.p.7-25) La Habana.
- CALVO, Ana (2002). La animación sociocultural. Una estrategia educativa para la participación. (Documento en línea). Disponible: [http://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/38/38203/t1\\_asc\\_alumnos\\_9\\_nov\\_2005\\_.pdf](http://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/38/38203/t1_asc_alumnos_9_nov_2005_.pdf) [consulta: 2014, marzo 5].
- FERNÁNDEZ, Argelia (2008). **Algunas consideraciones sobre el cómo en la interrelación de los centros docentes y la comunidad**. La Habana. Editorial Pueblo y Educación. Impreso en La Habana, Cuba. p.p. 166.
- FUENTES, Homero (2002). **Teoría Holístico Configuracional y su aplicación a la Didáctica de la Educación Superior**. Santiago de Cuba. Centro de Estudios de la Educación Superior "Manuel F. Gran", Universidad de Oriente. Impreso en Santiago de Cuba, Cuba. p.p.302.
- FUENTES, Homero (2008). **La Formación de los Profesionales en la Contemporaneidad: Concepción Científica Holística Configuracional en la Educación Superior**. Santiago de Cuba. Centro de Estudios de la Educación Superior "Manuel F. Gran", Universidad de Oriente. Impreso en Santiago de Cuba, Cuba. p.p.227.
- GARCÍA, Néstor (1999). Públicos de arte y política cultural. Un estudio del II Festival de la ciudad de México. Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa. Departamento del Distrito Federal. México. (Documento en línea). Disponible: [https://www.researchgate.net/publication/44453174\\_Publicos\\_de\\_arte\\_y\\_politica\\_cultural\\_un\\_estudio\\_del\\_II\\_Festival\\_de\\_la\\_Ciudad\\_de\\_Mexico\\_Nestor\\_Garcia\\_Canclini\\_et\\_al](https://www.researchgate.net/publication/44453174_Publicos_de_arte_y_politica_cultural_un_estudio_del_II_Festival_de_la_Ciudad_de_Mexico_Nestor_Garcia_Canclini_et_al) [consulta: 2014, marzo 4]
- GONZÁLEZ, Ernel; DE CAMBRA, Jordi (2004). "Desarrollo humano, cultura y participación. Notas para el debate". En: C. Linares (Eds), **La participación. Diálogo y debate en el contexto cubano**. (p.p.51 - 70) La Habana
- GONZÁLEZ, Jorge (1994). La transformación de las ofertas culturales y sus públicos en México. En: **Estudios**. Revista sobre las Culturas Contemporáneas, México. Vol. 6 N°18: 9- 24.
- GUDEZ, Víctor (2001). Gerencia, Cultura y Educación. Fondo Editorial Tropykos. CLACDEC. Caracas, Venezuela. (Documento en línea). Disponible: [www.worldcat.org/oclc/777761045/editions?editionsView=true...d](http://www.worldcat.org/oclc/777761045/editions?editionsView=true...d) [consulta: 2014, junio 4]
- GUTIÉRREZ, Gabriel (2010). "¿Cómo acercarnos a nuestros públicos?". En:A.Martín (Eds), **Promoción cultural. Una nueva mirada. Selección de lecturas** (p.p.121 -129) La Habana.
- IBARRA, Lourdes María (2005) **Psicología y Educación. Una relación necesaria**. La Habana. Editorial Félix Varela. Impreso en la Habana, Cuba. p.p. 142.
- Informe de Balance (2010). Crecimiento de la gestión pública cultural: avances, desafíos y oportunidades Ministerio de Cultura. (Documento en línea). Disponible: [http://www.mincultura.gov.co/ministerio/rendicion-de-cuentas/Informes%20de%20gestion/Documents/informe\\_gestion\\_2010.pdf](http://www.mincultura.gov.co/ministerio/rendicion-de-cuentas/Informes%20de%20gestion/Documents/informe_gestion_2010.pdf) [consulta: 2014, diciembre 14]
- Informe del VII Congreso de la UNEAC (2014). Documentos del VII Congreso de la UNEAC. Ministerio de Cultura. (Documento en línea). Disponible: <http://www.areitodigital.net/Informe.UNEAC.INV-PRIM.08.htm> [consulta: 2014, diciembre 22].
- JIMÉNEZ, Lucina; ARBELÁEZ, Octavio (2007). Desarrollo de públicos, recaudación de fondos y marketing cultural. México? (Documento en línea). Disponible: [trabajaen.conaculta.gob.mx/convoca/anexos/022.Pdf](http://trabajaen.conaculta.gob.mx/convoca/anexos/022.Pdf) [Consulta: 2014, abril 8].
- JIMÉNEZ, Lucina; KING, Cristina. (2001). Públicos y Gestión Cultural. (Documento en línea). Disponible: [//documents.mx/documents/publicos-y-gestion-cultural.html](http://documents.mx/documents/publicos-y-gestion-cultural.html) [consulta: 2015, enero].
- LINARES, Cecilia (1998). **La participación**. La Habana. Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello. Impreso en La Habana, Cuba.p.p.97
- NUMA, Mirtha; SÁNCHEZ Félix; DIÉGUEZ Raquel (2015). La formación de Públicos Culturales, desde la integración de lo cultural y lo pedagógico, en la misión educativa de las Instituciones Culturales Comunitarias. En: **Revista Mendeive**. N° .5:1.12-17
- NUMA, Mirtha; SÁNCHEZ Félix (2015). Una concepción pedagógica para la formación de los públicos culturales. En: **Revista IPLAT**, Cuba. N° 4:11-24
- PÉREZ, Pedro (2010). "Potencialidades en la promoción del arte y sus creadores". En: Martín,A (Eds) **Promoción cultural. Una nueva mirada. Selección de lecturas. Compilación** (p.p.25-43) La Habana
- PORTELLO, Pedro; CONTRERAS, Katty (2013). Estrategias prospectivas para la gestión cultural local. En: **Multiciencias**, Revista multidisciplinaria del Núcleo LUZ Punto Fijo, Venezuela. Vol. 13, N° 4: 389 - 403.
- POU, Cristina (2009). La construcción de públicos (Documento en línea). Disponible: [info@observatoridelpublics.com http://www.museologia.cat/wp-content/uploads/2014/03/Pou\\_cat-04.pdf](http://www.museologia.cat/wp-content/uploads/2014/03/Pou_cat-04.pdf) [consulta: 2012, enero13].
- PRIETO, Abel (2001). No se puede dirigir la cultura simplificando. Entrevista concedida a Sahily Tabares. **Revista Bohemia**, 8 de febrero del 2002, La Habana.
- RIVERO, José (2008). El fomento y creación de públicos. España. Desafíos de la cultura en el siglo XXI. (Documento en línea).Disponible:[www.uam-antropologia.net/index.php](http://www.uam-antropologia.net/index.php) [consulta: 2012, enero 16]

- SÁNCHEZ, Félix; NUMA, Mirtha (2014). Procedimientos didácticos para promover en los profesionales que se forman en la universidad, su participación como públicos, en los espacios culturales. En **Revista Pedagogía Universitaria**, Cuba. Vol. XIX N0 4: 30-44
- Unión Nacional de Escritores y Artistas Cubanos UNEAC (2014).
- TÉLLEZ, Othón (2010). "Públicos consumidores culturales". (Documento en línea). Disponible: [http://www.icesi.edu.co/consumidores\\_culturales.pdf](http://www.icesi.edu.co/consumidores_culturales.pdf) [Consulta: 2014, marzo 11]
- WORTMAN, Ana (2008). "Políticas culturales de la sociedad civil en la formación de nuevos públicos. Una vez más sobre los sentidos de la palabra cultura". (Documento en línea). Disponible: [http://www.icesi.edu.co/consumidores\\_culturales.pdf](http://www.icesi.edu.co/consumidores_culturales.pdf) [Consulta: 2014, enero 12].