

Universidad Nacional de Tres de Febrero

LICENCIATURA EN POLITICAS Y ADMINISTRACION DE LA
CULTURA

Con Modalidad a Distancia

Títulos de la carrera:

Licenciado en Políticas y Administración de la Cultura

Técnico en Administración de la Cultura

Caseros, 2010

1.- Identificación de la Carrera

- 1.1. *Denominación:*
Licenciatura en Políticas y Administración de la Cultura.
- 1.2. Nivel:
Universitario
- 1.3. *Modalidad:*
Virtual
- 1.4. *Especialidad:*
Gestión y administración de la cultura.
- 1.5. *Duración del Plan de Estudios:*
Cuatro años
- 1.6. *Título:*
Licenciado en Políticas y Administración de la Cultura.

Título Intermedio:
Técnico en Administración de la Cultura.

2.- Fundamentación

La Licenciatura en Políticas y Administración de la Cultura surge de la necesidad de dar cuenta de las transformaciones que, en el mundo contemporáneo, se han dado en el campo de las artes y la cultura. Para pensar aquellas transformaciones se deben revisar los conocimientos sobre los dos actores tradicionales en su producción y exhibición: el Estado y el Mercado.

Ellos han sido quienes constituyeron y constituyen las dos subjetividades que dan lugar a la construcción del consenso: el consumidor y el ciudadano. El primero es quien parece disponer del libre albedrío para decidir su consumo cultural, mientras que el otro es el que autoriza al Estado para invertir en cultura. Esas dos subjetividades, contemporáneamente, están atravesadas por las formas principales que asume la producción cultural. Una, identificada como el sector de las artes (museos, teatros, centros culturales) y la otra, relacionada con las industrias culturales (libro, cine, televisión y disco). La primera está fuertemente implicada en la producción pública, pero necesita del capital privado para su producción. Mientras que la segunda es privada, casi por definición, pero necesita del control estatal, en el campo de la exhibición y difusión.

Pensar al Estado obliga a definir que se entiende por políticas culturales, estas son el conjunto de las acciones realizadas desde él y orientadas a la producción de un sistema de valores simbólicos, para satisfacer las necesidades culturales de la población y obtener consensos propios del sistema político.

Pensar al Mercado obliga a aceptar que la producción y el consumo cultural en las últimas décadas se dieron a través de las industrias culturales y los procesos de comunicación masiva. El desarrollo de estos procesos, en mundo signado por la globalización, ha sido causa y consecuencia de un fuerte proceso de transnacionalización de las empresas que ha tenido importante influencia en los procesos de producción de valores simbólicos.

Las políticas culturales y su gestión deben tener por objetivo que los productos culturales sigan siendo la principal fuente de producción de valores simbólicos, sin perder la capacidad de hacer negocios con ellos.

Las necesidades a las que atienden las políticas culturales no suelen expresarse en un conjunto de demandas sociales bien definidas. En general su definición ha dependido prioritariamente de la forma del financiamiento y no de la manera en que se podían satisfacer las necesidades reales o imaginarias de los beneficiarios de ellas.

Todos los desarrollos anteriores tienen resultado la exigencia de una profesionalización en el manejo de la cultura, tanto en las organizaciones culturales, como en las empresas de las industrias culturales y las oficinas estatales.

En la elaboración de la propuesta se han tenido en cuenta las necesidades de conocer y enseñar los contenidos en relación con los estudios culturales, las políticas que regulan lo público y generan estímulos a lo privado y las organizaciones que producen, sostienen, distribuyen y financian las actividades culturales. En concreto se trata de cubrir desde la enseñanza de las políticas y la gestión aquellos campos que se vienen definiendo como de las artes y de las industrias culturales.

El desarrollo futuro de la cultura esta vinculado a la profesionalización del manejo de sus organizaciones, la propuesta de esta carrera de grado debe tener una aceptación importante en el ámbito de quienes consideran que la gestión de las organizaciones de la cultura es una brecha que abre muchos caminos en el orden gubernamental y empresarial.

En la elaboración de la propuesta también se han tenido en cuenta las objeciones relativas a las formas de organización de las propuestas educativas en el ámbito universitario, que se podrían sintetizar en las críticas al enciclopedismo, a las tendencias academicistas y la rigidez de los límites del saber disciplinario. Pero positivamente se han observado las necesidades expresadas en las nuevas exigencias del mercado de trabajo en el campo de las actividades culturales, que se sintetizan en el grado de profesionalidad exigido en el manejo de organizaciones que se desarrollan en un espacio altamente competitivo.

La profesionalización de las organizaciones y las empresas de campo de la cultura, tanto privadas como públicas, enfrenta un desafío contemporáneo, muy relevante, cual es el de dar cuenta de la tensión entre el negocio en la cultura y la función que ella tiene de la regular la producción de valores simbólicos.

2.1. Marco Conceptual

La propuesta de creación de la Tecnicatura en Administración de la Cultura –con modalidad a distancia- surge de la exigencia de una profesionalización en el manejo de la cultura, tanto en las organizaciones culturales, como en las empresas de las industrias culturales y las oficinas estatales.

Las necesidades a las que atienden las organizaciones que conforman la administración de la cultura han dependido, prioritariamente, de cómo ellas enfrentan el triple desafío de darse una identidad, atraer el público necesario para el desarrollo de su programación artística y obtener el financiamiento que las haga viables.

La identidad de las organizaciones surge de la forma que ellas establezcan su misión. Ella debe expresar de manera clara, simple y recordable cual es el sentido que tiene su misma existencia. A partir de que se establezca la identidad se podrá elaborar el plan que haga posible la existencia y el desarrollo de la organización.

El financiamiento necesario para el funcionamiento de las organizaciones es la suma de dinero que se debe conseguir para cubrir la diferencia entre los ingresos propios y sus costos de producción. La búsqueda del financiamiento en la actualidad presenta cuatro retos: el recorte de los presupuestos públicos destinados a la producción cultural; la creciente competencia para obtener el apoyo privado; el aumento de los costos operativos; la inexistencia de ventajitas fiscales para auspiciantes.

El público, en menor o mayor cantidad, con mejor o peor nivel de educación, es imprescindible para completar el proceso del arte. Él es el "otro", a quien esta destinada la producción del arte, su presencia es un índice de satisfacción y también parte importante del financiamiento de las organizaciones.

La elaboración de la propuesta de este título intermedio, en el marco de la Licenciatura en Políticas y Administración de la Cultura – con modalidad a distancia, aprobada por Resolución Ministerial 1864/08, ha tenido en cuenta las necesidades de la profesionalización del manejo de las organizaciones culturales. Lo que implica cubrir desde la enseñanza de administración y de la gestión el manejo de las organizaciones que se ocupan de aquellos campos que se definen como de las artes y de las industrias culturales.

2.2. Fundamentación de la Modalidad a Distancia.

Los avances tecnológicos con sus nuevos requerimientos en las formas de gestión y administración de la producción demandan cada vez más nuevos perfiles personales y profesionales, solicitando nuevos conocimientos y competencias, como, por ejemplo la asunción de mayor autonomía y responsabilidad; la disposición para la proactiva integración de equipos; el conocimiento de los procesos de producción en su conjunto así como la rápida adaptación a los cambios. La formación inicial de los profesionales se vuelve rápidamente obsoleta si no se asume el desafío de la permanente formación y aprendizaje de acuerdo a las demandas y necesidades que emerge continuamente de la sociedad.

Las demandas que se vienen realizando para que los sistemas de formación y educación respondan a las circunstancias antes enunciadas, están forzando a las instituciones educativas de nivel superior a pensar en nuevas formas de organización de los productos formativos.

En la actualidad nuevas formas de organización se van imponiendo especialmente posibilitadas por las nuevas metodologías disponibles. A pesar de la distancia física, alumnos y docentes pueden encontrarse en un mismo tiempo a debatir y construir conocimientos. Las comunidades académicas trabajan cada vez mas operativamente estableciendo vínculos de mayor intercambio con más y mejor potencial colaborativo.

Las actividades científicas y académicas se ven favorecidas por investigaciones en redes con sedes en diferentes países, y por las potencialidades que brinda Internet en materia de accesos a bibliotecas, diarios y sistemas de información. Las propuestas de formación a distancia facilitan la incorporación de personas a programas formativos que de otro modo hubieran quedado excluidos.

Especial relevancia tienen estas posibilidades en el caso de adultos que trabajan y disponen de tiempos reducidos para concurrir a clases, así como de jóvenes que viven en zonas alejadas de los centros de aprendizajes.

La UNTREF, pese a su relativamente corta existencia ya que su creación data del año 1996, tiene un importante desarrollo en el campo virtual de la enseñanza, para ello cuenta con recursos humanos, docentes, pedagógicos e informáticos adecuados y con la capacidad tecnológica requerida.

En la actualidad se dictan de esa modalidad Terciarios Universitarios, Carreras de Grado, de Complementación Curricular y Postgrados.

A partir de aquella experiencia es que se pensó en este proyecto, en la medida que esta modalidad ha de permitir acceder a la formación profesional a quines hoy no tienen esa posibilidad desde la experiencia presencial.

3.- Objetivos

El plan de la Licenciatura en Políticas y Administración de la Cultura es un proyecto académico autónomo, pluralista y con un enfoque multidisciplinario que tiene como objetivos:

- Formar cuadros de alto nivel para la administración cultural.
- Proporcionar el marco teórico y metodológico que permite a los egresados diseñar, evaluar e implementar políticas y proyectos culturales.
- Dotar de los instrumentos técnicos (y/o conceptuales) aptos para mejorar la actividad de los egresados en el campo de la administración y planificación de las organizaciones que son el soporte de las políticas culturales.
- Calificar a los egresados para gerenciar las empresas dedicadas a la producción, distribución y exhibición de los productos propios de las industrias culturales.
- Generar el intercambio de diferentes experiencias en el campo de la administración de las organizaciones culturales, a fin de facilitar el desarrollo de planes de integración y cooperación nacional e internacional.

4.- Características de la Carrera

4.1 Marco Regulatorio:

Las disposiciones de la Ley 24.521 (artículos 24 y 33 inciso b); la Resolución 1717/2004, del Ministerio de Educación, sobre la Educación a Distancia y las disposiciones reglamentarias que sancione la UNTREFVirtual.

4.2 Tipo de carrera:

Carrera de Licenciatura, grado básico.

4.3 Duración Estimada:

Cuatro años: Calendario Académico.

4.4 Títulos de la Carrera.

Licenciado en Políticas y Administración de la Cultura
Técnico en Administración de la cultura

4.5 Incumbencias del Título de Licenciado en Políticas y Administración de la Cultura:

- Diseñar, conducir y controlar organizaciones artísticas y culturales.
- Gerenciar y administrar empresas relacionadas con las industrias culturales.
- Generar e implementar proyectos y programas culturales del sector público, así como evaluar su viabilidad operativa.
- Planificar, implementar y evaluar la programación de las empresas relacionadas con las industrias culturales.
- Asesorar en la elaboración de normas jurídicas y acciones políticas vinculadas al financiamiento indirecto de las actividades culturales.
- Elaborar, gerenciar, planificar y/o asesorar en las campañas de promoción de las actividades artísticas y culturales.

- Organizar, desarrollar y evaluar campañas de desarrollo de fondos de las organizaciones artísticas.
- Gerenciar organizaciones y empresas dedicadas a la producción de eventos artísticos.

4.6 Incumbencias del Título en Técnico en Administración de la cultura

- Administrar técnicamente las organizaciones artísticas y culturales.
- Gerenciar y administrar técnicamente las empresas relacionadas con las industrias culturales.
- Implementar técnicamente proyectos culturales del sector público, así como evaluar su viabilidad técnica
- Implementar técnicamente la programación de las empresas relacionadas con las industrias culturales.
- Gerenciar técnicamente las campañas de promoción de las actividades artísticas y culturales.
- Desarrollar técnicamente las campañas de búsqueda de fondos de las organizaciones artísticas.
- Gerenciar técnicamente las empresas dedicadas a la producción de eventos artísticos.

4.7. Condiciones de ingreso y requisitos de admisión:

- Estudios Secundarios completos.
- Cumplimentar las actividades relativas al ingreso a las carreras, aprobadas por los órganos de de administración académica de la UNTREF.

4.8.Requisitos para la graduación

Para obtener el título de Licenciado en Políticas y Administración de la Cultura deberán aprobarse todas las asignaturas que integran la currícula de la carrera de grado y presentar y aprobar el Trabajo Final de acuerdo con las prescripciones establecidas a tal efecto.

El título de técnico en Administración de la Cultura se obtiene aprobando las materias que integran esa currícula y aprobando el trabajo final obligatorio.

5.- Perfil del Egresado

5.1.- Perfil del Licenciado en Políticas y Administración de la Cultura.

El egresado estará capacitado para gestionar las organizaciones artísticas y las empresas de las industrias culturales, generar contenidos para las propuestas de políticas culturales, desarrollar campañas para el financiamiento de las actividades artísticas y elaborar y gerenciar las políticas de promoción de las artes y la cultura.

Para ello el egresado tendrá conocimientos de:

- Las producciones artísticas y culturales que dan forma a la llamada Cultura Contemporánea.
- Los esquemas económicos, sociológicos y políticos que le permitan desentrañar la conducta de los sujetos, individual y colectivamente considerado en los diversos roles que propone la actividad artística.

- Las teorías de la Administración, así como los procesos de gestión que le permitan conducir y administrar organizaciones, empresas y eventos artísticos y culturales.
- Los aportes estéticos y los enfoques filosóficos que enmarcan el proceso de creación artística y que permitan entender los códigos propios de sus expresiones.
- Las normas y políticas que permitan administrar y conducir los recursos humanos y técnicos propios de las organizaciones y las empresas.
- Las técnicas que le permitan desarrollar planes de promoción, comunicación y comercialización de los productos artísticos y culturales.
- Los conocimientos propios de las estructuras contemporáneas de las industrias culturales.
- Dispondrán de conocimientos instrumentales de computación y el manejo de un idioma diferente a la lengua materna.

Posee capacidad para

- Seleccionar criterios y construir categorías para el relevamiento de la información que hacen a sus tareas y responsabilidades
- Gestionar y evaluar los proyectos propios de las organizaciones culturales.
- Elaborar las directivas que permitan implementar los proyectos para la realización de eventos en el sector de las artes.
- Detentar la capacidad de descubrir problemas y aportar soluciones en el desarrollo de las organizaciones culturales
- Detectar la importancia del trabajo en equipo para alentar la integración de ellos que hacen a la motivación y sentido de pertenencia propias de la productividad grupal.
- Tener conciencia del compromiso intelectual, social y de responsabilidad ética que conlleva su práctica profesional.

5.2.- Perfil del técnico en administración de la cultura

El egresado estará capacitado para gestionar técnicamente las organizaciones artísticas y las empresas de las industrias culturales, implementar, desde el conocimiento específico, las campañas para el financiamiento de las actividades artísticas y gerenciar las políticas de promoción de las artes y la cultura.

Para ello el egresado tendrá conocimientos de:

- El contexto sociohistórico de la cultura contemporánea.
- Los propuestas conceptuales, fundamentalmente, provenientes de las ciencias sociales que le permitan comprender las conductas individuales, así como las relaciones interpersonales, que completan la actividad artística.
- Los modelos de la administración y las técnicas, procesos y procedimientos que hacen a la conducción técnica de las organizaciones, empresas y eventos artísticos y culturales.
- Las propuestas filosóficas y estéticas que permitan desentrañar los fenómenos propios de las expresiones artísticas.
- Las normas que establecen el marco jurídico-político en el que se dan las formas de conducción y gestión técnica de los diferentes recursos de las organizaciones y las empresas.
- El conocimiento de las técnicas que permiten desarrollar planes de comunicación y promoción de los productos artísticos y culturales.
- Los conocimientos técnicos que hacen a la constitución de las industrias culturales.

- Disponer de conocimientos instrumentales de computación y el manejo de un idioma diferente a la lengua materna.

Posee capacidad para

- Elaborar los criterios técnicos y construir las categorías para comprender y utilizar técnicamente la información que hace a sus tareas y responsabilidades
- Colaborar técnicamente en la administración de los proyectos propios de las organizaciones culturales.
- Participar técnicamente en la implementación de los eventos artísticos.
- Entender el entorno laboral propio de las organizaciones culturales y tener la capacidad de aportar soluciones técnicas a los problemas que se susciten en ese ámbito.
- Entender la importancia de trabajar en equipo, fomentar su integración como forma de mejorar la productividad.
- Aceptar el desafío personal y profesional de integrar equipos multidisciplinarios cuyo eje de actividad se basa en proponer y aceptar sugerencias que innoven en el desempeño de las organizaciones y empresas del sector de la cultura.

6.- Actividades Curriculares

6.1. Carrera de Licenciatura en Políticas y Administración de la Cultura

Los alumnos que cursen la carrera de Licenciatura deberán completar, con carácter obligatorio, el desarrollo de las siguientes actividades curriculares:

- Treinta y cuatro (34) asignaturas
- Un (1) Taller de trabajo final
- Un (1) trabajo final.

6.2. Carrera de Tecnicatura en Administración de la Cultura

Los alumnos que cursen la carrera de Tecnicatura deberán completar, con carácter obligatorio, el desarrollo de las siguientes actividades curriculares:

- Veintiún (21) asignaturas

Nomina de Asignaturas

1. Cultura Contemporánea
2. Metodología de la Investigación
3. Cuestiones de Sociología, Economía y Política
4. Economía de la Cultura
5. Sociología de la Cultura
6. Historia de la Cultura Occidental
7. La organización de los poderes públicos y la administración de la cultura
8. Administración de empresas culturales
9. Gestión de proyectos y producciones culturales
10. Legislación Cultural
11. El financiamiento de la cultura
12. Administración de los recursos humanos
13. Marketing Cultural
14. Las Industrias Culturales
15. Teoría de la organización I (Artes Visuales)
16. Teoría de la organización II (Artes Performativas)
17. Industrias culturales I (El cine)
18. Industrias culturales II (La televisión)

19. Industrias culturales III (Los libros)
20. Industrias culturales IV (Los Discos)
21. Idioma I

22. Idioma II
23. Idioma III

24. Introducción a los Estudios Culturales
25. Las Identidades Nacionales y la Ciudadanía Cultural
26. La Cultura como recurso y la globalización
27. Historia de las políticas culturales en Latinoamérica
28. Organismos Internacionales y la cooperación internacional
29. El patrimonio cultural: gestión y promoción
30. El Gerenciamiento de las empresas culturales
31. Teoría contable
32. Control de gestión
33. Políticas culturales
34. Introducción a la teoría de la organización de la cultura
35. Taller de elaboración del Trabajo Final

7.- Plan de Estudios

7.1. Régimen de Cursado y Carga Horaria

Código	Asignaturas/ Actividades		Carga Horaria	
			Semanal	Total
01	Cultura Contemporánea	cuatrimestral	4	64
02	Metodología de la Investigación	cuatrimestral	4	64
03	Cuestiones de Sociología, Economía y Política	cuatrimestral	4	64
04	Economía de la Cultura	cuatrimestral	4	64
05	Sociología de la Cultura	cuatrimestral	4	64
06	Historia de la Cultura Occidental	cuatrimestral	6	96
07	La organización de los poderes públicos y la administración de la cultura	cuatrimestral	6	96
08	Administración de empresas culturales	cuatrimestral	4	64
09	Gestión de Proyectos y Producciones Culturales	cuatrimestral	4	64
10	Legislación Cultural	cuatrimestral	4	64
11	El financiamiento de la Cultura	cuatrimestral	4	64
12	Administración de los Recursos Humanos	cuatrimestral	4	64
13	Marketing Cultural	cuatrimestral	4	64
14	Las Industrias Culturales	cuatrimestral	6	96
15	Teoría de la Organización I (Artes Visuales)	cuatrimestral	6	96
16	Teoría de la Organización II (Artes Performativas)	cuatrimestral	6	96
17	Industrias Culturales I (El cine)	cuatrimestral	6	96
18	Industrias Culturales II (La Televisión)	cuatrimestral	6	96
19	Industrias Culturales III (Los Libros)	cuatrimestral	6	96
20	Industrias Culturales IV (Los Discos)	cuatrimestral	6	96
21	Idioma I	cuatrimestral	3	48
TOTAL Tecnicatura Administración de la				1.616

	cultura			
22	Idioma II	cuatrimestral	3	48
23	Idioma III	cuatrimestral	3	48
24	Introducción a los Estudios Culturales	cuatrimestral	6	96
25	Las Identidades Nacionales y la Ciudadanía Cultural	cuatrimestral	4	64
26	La Cultura como recurso y la Globalización	cuatrimestral	4	64
27	Historia de las políticas culturales en Latinoamérica	cuatrimestral	6	96
28	Organismos Internacionales y la Cooperación Internacional	cuatrimestral	4	64
29	El patrimonio cultural: gestión y promoción	cuatrimestral	4	64
30	El Gerenciamiento de las Empresas Culturales	cuatrimestral	4	64
31	Teoría Contable	cuatrimestral	4	64
32	Control de Gestión	cuatrimestral	4	64
33	Políticas Culturales	cuatrimestral	6	96
34	Introducción a la Teoría de la Organización y la Cultura	cuatrimestral	6	96
35	Taller de elaboración del trabajo final	cuatrimestral	6	96
Total Horas Licenciatura -----			2.640	

7.2 Organización por cuatrimestre (*)

Cuatrimestre	Asignaturas/Actividades			
I	Cuestiones de Sociología Economía y Política (03)	Gestión de Proyectos y producciones culturales (09)	La organización de los poderes públicos y la administración de la cultura (07)	Cultura Contemporánea (01)
II	Economía de la Cultura (04)	Legislación Cultural (10)	Historia de la Cultura Occidental (06)	Metodología de la Investigación (02)
III	Sociología de la Cultura (05)	Administración de las empresas culturales (08)	Administración de los Recursos Humanos (12)	Las Industrias Culturales (14)
IV	Teoría de la Organización I (Artes Visuales) (8.4.3)	Marketing Cultural (13)	El financiamiento de la Cultura (11)	Industrias Culturales I (El Cine) (17)
V	Teoría de la Organización II (Artes Performativas) (16)	Industrias Culturales II (La televisión) (18)	Industrias Culturales III (Los Libros) (19)	Industrias Culturales IV (Los Discos) (20)
VI	Políticas Culturales (33)	Introducción a la teoría de la Organización y la Cultura (34))	Historia de las políticas culturales en Latinoamérica (27)	Introducción a los Estudios Culturales (24)
VII	Las identidades nacionales y la ciudadanía cultural (25)	La Cultura como recurso y la globalización (26)	Organismos Internacionales y la Cooperación Internacional (28)	El Gerenciamiento de las empresas culturales (30)
VIII	Control de Gestión (32)	Teoría Contable (31)	El patrimonio cultural: gestión y promoción (29)	Taller de Elaboración del Trabajo Final (35)

(*) No se incluyen los niveles de idioma que podrán completarse en cualquier momento de la carrera.

8. Contenidos Mínimos

01 Cultura Contemporánea.

El concepto de cultura. La concepción descriptiva y la concepción semiótica de la cultura. La proximidad y la ajenidad cultural en el contexto actual. La crisis de los paradigmas polares en el análisis de la cultura y la reformulación del concepto clásico de identidad. La dimensión de la globalización. Cultura – Ciudad. La tensión global – local. Lugares y no lugares. Los muros de la ciudad: segregación espacial y fractura social. Espacio urbano y construcción de la otredad. Cultura y sujeto. Cultura de consumo y postmodernidad.

02 Metodología de la Investigación.

La ciencia: características y limitaciones. La relación ciencia – sociedad. La noción de obstáculo epistemológico. Las revoluciones científicas y la idea de progreso del conocimiento. El conocimiento científico. La verdad en la ciencia: tipos y teorías de la verdad. Clasificación de las ciencias. Las ciencias naturales como modelo. La problemática de las ciencias sociales. La investigación científica. Introducción a las fases del proceso de investigación.

03 Cuestiones de Sociología, Economía y Política.

Naturaleza de lo social. El individuo y la sociedad. El problema del conocimiento de lo social. Diferentes modelos teóricos y concepciones metodológicas. Explicación y comprensión de los fenómenos sociales. Lo micro y macro social. Sociedad y procesos políticos. Estado y partidos políticos. El concepto de crisis en el capitalismo tardío. El estado neoliberal. Movimientos sociales y nuevas formas de participación social. Globalización y movimientos anti – sociales.

04 Economía de la Cultura.

El problema de la conceptualización de la cultura y la economía. Mercado de las Artes y la Cultura. Producción, circulación y consumo cultural en las sociedades contemporáneas. Circuitos y mercados culturales. El problema de la distribución. La especificidad del consumo de bienes culturales. Globalización e integración regional. Nuevas Tecnologías, medios masivos de comunicación e industrias culturales.

05 Sociología de la Cultura.

La Sociología como disciplina de la modernidad (Marx, Weber y Durkheim). Cultura y modernidad. El arte y la sociología. La cultura y el arte a partir de la aparición de la reproducción técnica o mecánica. El problema de la interpretación en la Sociología del Arte y la Cultura (Escuela de Birmingham). La globalización y la aldea mediática. El Multiculturalismo. La

Postmodernidad o la Modernidad Líquida.

06 Historia de la Cultura Occidental.

Grecia y Roma. La escultura Griega. Los ordenes clásicos en la cultura de los griegos. La escultura y el sentido del realismo entre los romanos. Edad Media. La "doble revolución" (1789/1848). El florecimiento de las artes. La difusión de las artes en el nivel nacional. El desarrollo de la Literatura. El Romanticismo. El "salto capitalista" (1848/1875). La estabilización de la modernidad. El declive de las artes. El surgimiento del financiamiento estatal de las artes. La ampliación del mercado. La reproducción mecánica. Los primeros simbolistas, el impresionismo. La "época imperial" (1875/1914). La crisis de identidad. La innovación y la experimentación en las artes. El mercado de masas. La Opera (Carusso). El "nuevo" Teatro (Ibsen, Shaw). Picasso. Schonberg. Las vanguardias: naturaleza e imaginación. El entretenimiento y la inclusión de los pobres urbanos. El desarrollo de expresiones populares en la música. El principio del Cine: C. Chaplin. Siglo XX [1] Las "catástrofes" (1914/45). Las vanguardias (cubismo, expresionismo y abstracción en pintura; el abandono de la tonalidad en la música y la ruptura con la

tradición en la literatura). El surrealismo en el Occidente Europeo y el Constructivismo Soviético. El Cine y el Jazz como formas aceptadas de la cultura popular. El aplastamiento de las vanguardias y de las artes (Hitler, Mussolini y Stalin) . La comunicación de masas (La prensa, el cine y la radio). Siglo XX [2] La "edad del oro" del capitalismo (1945/90). La revolución en las artes y en la cultura. La cultura juvenil. El rock. 1968. La revolución personal y social. La internacionalización de las comunicaciones. La TV y el vídeo.

07 La organización de los poderes públicos y la administración de la Cultura.

El Estado. Soberanía, autarquía y autonomía. Origen del Estado Argentino: el contrato social entre las provincias. Poderes y funciones del gobierno. Formas e instituciones políticas. Jurisdicción y competencia de políticas culturales. Facultades nacionales, provinciales y municipales en materia cultural. Las principales organizaciones en los diferentes niveles.

08 Administración de Empresas Culturales.

Objetivos y metas de las empresas culturales. Misión, visión y valores. Forma de persecución de objetivos a largo plazo. La flexibilidad para el cambio organizativo. Organización y dirección de una empresa cultural. La necesidad de un plan operativo. Los pasos para la elaboración del plan. Monitoreo y evaluación del plan. Gestión financiera, presupuestaria y de recursos humanos. Evaluación de la viabilidad económica de la empresa.

09 Gestión de proyectos y producciones culturales.

Estrategias para la elaboración de proyectos culturales en relación con las artes plásticas, música, fotografía, danza y cine. Plan, programa y proyecto dimensionado según el tamaño del emprendimiento (desde una pequeña exhibición individual hasta un mega - evento). Diversas fases que atraviesan la elaboración y puesta en marcha de un proyecto cultural. El financiamiento de los proyectos. Subsidios y/o auspicios. Criterios para la evaluación de proyectos. Principales instrumentos de control de gestión.

10 Legislación Cultural.

Derecho público y privado aplicable en materia cultural. La Constitución Nacional y los Tratados Internacionales. La legislación nacional, provincial y municipal. Derechos de autor. Contratos. Sociedad de Autores. Régimen Legal del patrimonio cultural. La ley del Cine. Fomento de la creación artística (teatro, artes plásticas, música y danza). Legislación Comparada.

11 El financiamiento de la Cultura.

El auspicio como forma de financiamiento privado de la Cultura. Las diversas modalidades de los aportes de las empresas. Subsidios y préstamos como forma de financiamiento público de la cultura. La desgravación impositiva como eje de la discusión sobre políticas de financiamiento. Los subsidios y el debate sobre la discriminación en el uso de los fondos. El financiamiento de las artes y la Cultura en la Argentina. Las instituciones públicas de financiamiento (El Fondo Nacional de las Artes; el Instituto Nacional del Cine y las Artes Audiovisuales; el Instituto Nacional de Teatro). El debate sobre el mecenazgo y la desgravación impositiva. Los modelos internacionales del financiamiento de la cultura.

12 Administración de los Recursos Humanos

La administración de personal: funciones gerenciales y operativas. Organización del área. Políticas de administración de personal. Relaciones y procesos en la administración de personal. Empleos: creación y descripción de puestos. Reclutamiento y selección de personal. Herramientas usuales para la selección. Perfiles. Evaluación del Ingreso: seguimiento y resultados. Capacitación. Rotación.

13 Marketing Cultural

Organizaciones culturales y marketing. El producto. El mercado. Los comportamientos del consumidor. Segmentación y posicionamiento. La variable precio. La

variable distribución. La variable promoción. El sistema de información de marketing. Planificación y control del proceso de marketing.

14 Las Industrias Culturales.

La actividad cultural como sector económico. Los grandes componentes de las Industrias Culturales: el cine, la televisión, los libros y los discos. Los problemas de la producción, distribución y realización de los productos culturales. La transnacionalización y la concentración del capital cultural. La necesaria diversidad y las garantías democráticas.

15 Teoría de la Organización I (Artes Visuales).

El Mercado de las artes plásticas. Los diferentes sistemas de organización de ventas. Galerías. *Marchands*. Ferias (Nacionales e internacionales). La producción de muestras. Galerías. Centros Culturales. Museos. La promoción de las artes plásticas y la profesionalización del artista. La consagración: ¿El mercado y/o el sistema oficial de premios? Las Artesanías. Su propio mercado.

16 Teoría de la Organización II (Artes Performativas).

Teatro, danza, música popular. La tensión entre la satisfacción de la audiencia como objetivo y el cumplimiento de la misión artística de la compañía y/o de la organización. El teatro oficial, comercial e independiente ("off Corrientes") Sus diferentes reglas de producción. Las Artes performativas y las audiencias (nueva/clásica; jóvenes/adultos; populares/especializados). Estrategias de comunicación. Determinantes para la fijación del precio del boleto de entrada. El producto, la compañía y el espectáculo: ¿conforman una tríada necesaria?

17 Industrias Culturales I (El Cine).

El desarrollo de la industria del entretenimiento (La película en el cine, en el video, en la TV por cable o en la TV abierta). Producción. Monopolio internacional en la producción del cine. La hegemonía del cine de rigen norteamericano. El cine de autor, independiente o alternativo al de la producción monopólica norteamericana. La producción subvencionada por la TV. La producción subvencionada por el Estado. La Distribución. Los *films - markets*. Las empresas monopólicas. La exhibición. El monopolio y los exhibidores. Las nuevas formas de articulación entre productores, distribuidores y exhibidores. Los Festivales y los premios. Las diversas formas del financiamiento de la producción cinematográfica.

18 Industrias Culturales II (La Televisión).

La Televisión como nudo de la tensión entre la producción internacional y local de los productos culturales de carácter masivo. Televisión estatal, privada y comunitaria. La telenovela: la transnacionalización de su producción y la globalización de su consumo. La CNN, la BBC y los canales de noticias como forma de homogeneizar una interpretación de la realidad. La Televisión abierta y por cable: ¿dos audiencias diversas? Las empresas productoras. Los canales. El mercado. La construcción y las formas de medición de la audiencia.

19 Industrias Culturales III (Los Libros).

El monopolio editorial: de la literatura hasta la autoayuda; de la poesía al *cómics*; de la educación a la ideología; de la física a la economía; diversas lecturas: ¿un solo mercado? La concentración monopólica de la producción de libros. Las nuevas bocas de expendio, como formas de alterar la distribución tradicional. El ingreso de los grandes *malls* en la comercialización. El libro en el supermercado o el libro como parte constitutiva de la industria del ocio. Diferenciación en las formas del consumo, la aparición de las librerías *on line* y la permanencia de la librería de librerías. El Estado como editor de libros. Las bibliotecas públicas como consumidores del mercado editorial. Las Ferias como punto de entrada de la internacionalización del consumo.

20 Industrias Culturales IV (Los Discos).

El excepcional crecimiento de la industria de la música. La producción transnacional: las *majors* e *indies* (productoras independientes) dueñas del mercado legal del fonograma. Las *majors* y la significativa reducción de artistas de consumo masivo en el mercado internacional. La estrategia de las *majors* y la industria de la música en América Latina. La transformación del mercado de la música por la renovación de las nuevas tecnologías de reproducción. La comercialización. Las cadenas de las disquerías. Los supermercados (*Tower Records* vs. *Carrefour*) Repertorio, género y gustos musicales. El problema de la piratería. Internet y la integración hemisférica.

- 21 Idioma I
- 22 Idioma II
- 23 Idioma III

24 Introducción a los Estudios Culturales.

La lucha por el significado en la aldea global. La integración de la economía y la desintegración de la política. Estado, Mercado y Tercer Sector. Lo público y lo privado en las instituciones de producción y distribución de bienes culturales. Cánones estéticos, patrimonio y desarrollo en el diseño e implementación de políticas culturales. Cultura y neoliberalismo. Globalización y Cultura en América Latina. La comunicación masiva y la cultura joven urbana. La función de la sociedad civil en la difusión de la cultura.

25 Las Identidades Nacionales y la Ciudadanía Cultural.

La homogeneización y la heterogeneidad cultural. Las identidades nacionales, étnicas y regionales como expresiones de las soberanías nacionales. El mercado transnacionalizado, el Estado - Nación y las esferas de la comunicación. Las dimensiones sociales y civiles del concepto de ciudadanía. El neoliberalismo y la ciudadanía cultural. Los nuevos derechos y la cuestión de la ciudadanía.

26 La Cultura como Recurso y la Globalización.

La transformación de la cultura en recurso en el proceso de globalización. Los recursos culturales y su "expropiación" por los grandes complejos del entretenimiento. La "piratería" como forma de ataque masivo al régimen de propiedad. El concepto de diferencia cultural en relación con la acción de homogeneización de las fundaciones, ONGs e Instituciones Intergubernamentales (UNESCO).

27 Historia de las Políticas Culturales en Latinoamérica.

El debate acerca de la existencia o no de las políticas culturales en los países latinoamericanos. Periodización de las políticas culturales en Latinoamérica. [1900/30] El apoyo estatal al desarrollo de las artes. [1930/45] El surgimiento de los organismos de apoyo y fomento a la cultura, con carácter de permanentes. [1945/60] La aparición de los Organismos Internacionales alrededor de las Naciones Unidas. El inicio del desarrollo de las Industrias Culturales. [1960/70] El fortalecimiento de las disposiciones constitucionales y legislativas de la problemática cultural, fundamentalmente, en materia de propiedad institucional y financiamiento. [1970/80] La década estuvo marcada por el reconocimiento internacional de la existencia de las políticas culturales, con la conferencia de Venecia (a nivel mundial) y la conferencia intergubernamental de Bogotá (a nivel latinoamericano). [1980/00] El financiamiento público y privado de las artes. El debate sobre los límites del estado en la formulación de las políticas. Los incentivos fiscales. La Universidad y la Gestión Cultural.

28 Organismos Internacionales y la Cooperación Internacional.

La UNESCO y sus diferentes Conferencias Generales. El Fondo Internacional para la promoción de la Cultura. La Fundación Europea de la Cultura. El programa MEDIA. La Organización de los Estados Iberoamericanos. Los organismos nacionales europeos (*The British Council*, Alianza Francesa, Instituto de Cooperación Iberoamericana) y su influencia en América Latina. El MERCOSUR y la dimensión cultural.

29 El patrimonio cultural: gestión y promoción.

Las políticas de protección y valorización del patrimonio. La conservación integrada y sustentable. Los Acuerdos Internacionales y la política en cada caso concreto. Patrimonio y cultura pública en América Latina. El patrimonio en tanto bien del consumo visual. Los bienes patrimoniales. Composición. Características. Preservación. Puesta en Valor. Los nuevos públicos (Turismo Cultural).

30 El Gerenciamiento de las Empresas Culturales.

Características específicas de las empresas culturales. La Gerencia. La toma de decisiones. Supervivencia, rentabilidad y crecimiento. Diagnóstico estratégico. Dinámica competitiva. Elaboración de estrategias funcionales. Construcción de organizaciones inteligentes. Liderazgo. Construcción de equipos de trabajo. El funcionamiento del equipo y las nuevas funciones del líder.

31 Teoría Contable.

Concepto y aplicación de la contabilidad. Características propias del patrimonio de las empresas culturales. El proceso contable. Los estados contables básicos. Estado de situación patrimonial. Estado de resultados. Estado de evolución del patrimonio neto.

32 Control de Gestión.

Medir y controlar las estrategias propias de las empresas culturales. Información contable. Estado patrimonial y cuadro de resultados. Índices de liquidez rentabilidad. Índices de solvencia y endeudamiento. Estado de origen y aplicación de Fondos. Cuadro de mando integral: construcción y uso en la toma de decisiones.

33 Políticas Culturales.

Marco Institucional. Las políticas culturales ante los nuevos desafíos. Cultura y Desarrollo Económico. La razón de ser de las políticas culturales a nivel de la ciudad, de la región, del estado e Internacionales. Políticas públicas. Organización y funciones de la Administración. Políticas culturales y la revolución tecnológica de las comunicaciones. Los paradigmas políticos en la acción cultural. Desde el Mecenazgo liberal a la privatización neoconservadora. Las políticas culturales y la revolución tecnológica de las comunicaciones. Políticas culturales en la Argentina. El problema de la descentralización.

34 Introducción a la Teoría de la Organización y la Cultura.

La teoría de la organización y la cultura organizacional. La vinculación de la cultura, las artes y la gestión como clave de la cultura organizacional. La gestión y la eficiente asignación de los recursos económicos y financieros. La determinación de la identidad en la constitución de las organizaciones culturales. El cuerpo de prácticas de la gestión cultural en relación con la cultura organizacional dominante desde los '80 del siglo pasado. La profesionalización de la gestión cultural.

35 Taller de elaboración del Trabajo Final.

Tiene como objetivo orientar la elaboración de un proyecto de trabajo final a través de actividades destinadas al tratamiento de una temática o problemática vinculada al área del Arte y la Cultura. El proyecto deberá contemplar como ejes ordenadores ciertos pasos imprescindibles: la formulación de un problema, su relevancia, metodología, factibilidad y resultados esperados.