

SÁENZ PEÑA, 7 de junio de 2022

VISTO el expediente C.S. N° 007/22 del registro de esta Universidad por el que se tramita la modificación del plan de estudios de la Licenciatura en Políticas y Administración de la Cultura en modalidad a distancia, y

CONSIDERANDO

Que de conformidad con los lineamientos políticos para su desarrollo, la Universidad Nacional de Tres de Febrero se encuentra abocada a la reorganización de su oferta educativa.

Que en dicha reorganización se prevé la implementación de acciones destinadas al mejoramiento de los proyectos formativos y a la flexibilización de los diseños curriculares de las carreras con las que cuenta esta Universidad.

Que la Licenciatura en Políticas y Administración de la Cultura en modalidad a distancia, cuya modificación se propone, ha sido creada y modificada por Resoluciones de este Consejo Nros. 036/04 y 005/10, respectivamente.

Que el Ministerio de Educación de la Nación ha establecido la necesidad de reválida de las carreras virtuales cada SEIS (6) años.

Que se ha producido la finalización del plazo de validez virtual del título oficial correspondiente a la Licenciatura en Políticas y Administración de la Cultura en modalidad a distancia, por lo que resulta necesario efectuar una actualización del proyecto a fin de renovar la validez del mismo.

UNTREF

UNIVERSIDAD NACIONAL
DE TRES DE FEBRERO

Que en ese marco, se mantiene la estructura curricular de la carrera, reformulando los contenidos mínimos de las asignaturas comunes y además, donde se señalaba “Idioma” se modifica en la nueva versión por “Inglés”.

Que ha tomado intervención de su competencia la Comisión de Enseñanza.

Que la presente medida se dicta en uso de las atribuciones conferidas por el inciso o) del artículo 25 del Estatuto Universitario; y los artículos 29, incisos d) y e) y 42 de la Ley de Educación Superior N° 24.521.

Por ello,

**EL CONSEJO SUPERIOR DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRES DE FEBRERO
RESUELVE:**

ARTÍCULO 1º.- Modificar el plan de estudios de la Licenciatura en Políticas y Administración de la Cultura en modalidad a distancia; conforme a los contenidos y alcances que se detallan en el Anexo I que forma parte integrante de la presente resolución.

ARTÍCULO 2º.- Regístrese, comuníquese, dése la intervención pertinente al Ministerio de Educación, y archívese.

RESOLUCIÓN C.S. N° 009/22



Martín Kaufmann
Vicerrector
UNTREF

UNTREF

UNIVERSIDAD NACIONAL
DE TRES DE FEBRERO

UNTREF
VIRTUAL

LICENCIATURA EN POLÍTICAS Y ADMINISTRACIÓN DE
LA CULTURA

Modalidad A Distancia

Renovación de validez nacional. Mayo de 2022

1 IDENTIFICACIÓN DE LA CARRERA

Denominación: Licenciatura en políticas y administración de la cultura

Nivel académico: Grado Universitario

Modalidad: A Distancia

Títulos a otorgar:

- Licenciado/a en políticas y administración de la cultura (2640 horas)
- Título intermedio: Técnico/a en administración de la cultura (1616 horas)

Tipo: Carrera completa

Duración del plan de estudios: 4 años – 2640 horas

Tipo de plan de estudio: Continuo, estructurado.

Marco normativo:

- SIED UNTREF: RCS 006/18 - RESOL-2019-175-APN-SECPU#MECCYT
- Creación de la carrera: RCS 36/04
- Reconocimiento oficial: RM 1864/08
- Modificación: RCS 05/10
- Aprobación de modificación: 1775/15

2 FUNDAMENTACIÓN

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

Pensar al Estado obliga a definir qué se entiende por políticas culturales; éstas 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 un 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 procurar 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 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.

En la elaboración del plan de la carrera, 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, los campos que se vienen definiendo como el de las artes y las industrias culturales. 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, que implica dar cuenta de la tensión entre el negocio dentro de la cultura y la función que ella tiene de generar valores simbólicos.

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 más 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 quienes hoy no tienen esa posibilidad desde la experiencia presencial.

3 OBJETIVOS DE LA CARRERA

La licenciatura en Políticas y Administración de la Cultura virtual tiene por objeto:

- Crear un espacio virtual para la formación de cuadros de un alto nivel en la administración cultural.
- Proporcionar el marco teórico y metodológico para que los egresados estén capacitados para 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 instituciones que son el soporte de las políticas 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 TÍTULOS DE LA CARRERA

El alumno que haya aprobado la totalidad de las actividades curriculares, así como el trabajo final, recibirá el título de **Licenciado/a en Políticas y Administración de la cultura**.

Título intermedio: **Técnico/a en administración de la cultura**

5 PERFILES DE LOS TÍTULOS

PERFIL DEL LICENCIADO/A 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.

PERFIL DEL TÉCNICO/A 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 ALCANCES DE LOS TÍTULOS

ALCANCES DEL TÍTULO DE LICENCIADO/A 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.

ALCANCES DEL TÍTULO DE TÉCNICO/A 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.

7 CONDICIONES DE INGRESO

- Estudios Secundarios completos o Educación Polimodal completa.
- Los mayores de 25 años que no posean título secundario pero que acrediten experiencia laboral reconocida y comprobada, previa evaluación y entrevista especial, podrán inscribirse según artículo 7º de la Ley de Educación 24.521/95
- Cumplimentar las actividades relativas al ingreso a las carreras, aprobadas por los órganos de administración académica de la Universidad.

8 ACTIVIDADES CURRICULARES

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

NÓMINA DE ASIGNATURAS Y ACTIVIDADES:

- 1 Cultura Contemporánea
- 2 Cuestiones de Sociología, Política y Economía
- 3 Metodología de la investigación
- 4 Inglés Nivel I
- 5 Inglés Nivel II

- 6 Inglés Nivel II
- 7 Economía de la Cultura
- 8 Sociología de la Cultura
- 9 Historia de la Cultura Occidental
- 10 La organización de los poderes públicos y la administración de la cultura
- 11 Administración de las empresas culturales
- 12 Gestión de proyectos y producciones culturales
- 13 Legislación Cultural
- 14 El financiamiento de la cultura
- 15 Administración de los recursos humanos
- 16 Marketing Cultural
- 17 Las Industrias Culturales
- 18 Teoría de la organización I (Artes Visuales)
- 19 Teoría de la organización II (Artes Perfomáticas)
- 20 Industrias culturales I (El cine)
- 21 Industrias culturales II (La televisión)
- 22 Industrias culturales III (Los libros)
- 23 Industrias culturales IV (Los Discos)
- 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
- 36 Trabajo Final

9 PLAN DE ESTUDIOS

ESTRUCTURA Y CARGA HORARIA:

El plan de estudios tendrá una duración de cuatro (4) años calendario, con (2) dos cuatrimestres por año. El total de las actividades curriculares suman 2640 horas. La carga horaria de cada actividad curricular se distribuye a lo largo del cuatrimestre, contemplando actividades teórico-prácticas, foros de intercambio y consultas con los docentes.

La aprobación de las asignaturas requerirá en última instancia de una evaluación final presencial y escrita, realizada por profesionales docentes designados por esta Universidad. Dicha evaluación podrá incluir también, en forma adicional y en los casos en que se disponga, de una evaluación oral. El Taller de Trabajo Final tendrá una forma de evaluación específica consistente en la presentación de trabajos escritos que se determinarán en cada caso.

PLAN DE ESTUDIOS

| Año | Asignatura | Carga horaria | | Modalidad de cursada |
|-----------------------------|---|---------------|-------|----------------------|
| | | semanal | total | |
| Primer cuatrimestre | | | | |
| I | Gestión de proyectos y producciones culturales | 4 | 64 | a distancia |
| | Cultura contemporánea | 4 | 64 | a distancia |
| | La organización de los poderes públicos y la administración de la cultura | 6 | 96 | a distancia |
| | Cuestiones de sociología, economía y política | 4 | 64 | a distancia |
| | Inglés nivel I | 3 | 48 | a distancia |
| Segundo cuatrimestre | | | | |
| I | Economía de la cultura | 4 | 64 | a distancia |
| | Legislación cultural | 4 | 64 | a distancia |
| | Historia de la cultura occidental | 6 | 96 | a distancia |
| | Metodología de la investigación | 4 | 64 | a distancia |
| Tercer cuatrimestre | | | | |
| II | Sociología de la cultura | 4 | 64 | a distancia |
| | Administración de las empresas culturales | 4 | 64 | a distancia |
| | Administración de los recursos humanos | 4 | 64 | a distancia |
| | Las industrias culturales | 6 | 96 | a distancia |
| Cuarto cuatrimestre | | | | |
| II | Teoría de la organización I (artes visuales) | 6 | 96 | a distancia |
| | Marketing cultural | 4 | 64 | a distancia |
| | El financiamiento de la cultura | 4 | 64 | a distancia |
| | Industrias Culturales I (El cine) | 6 | 96 | a distancia |

| Quinto cuatrimestre | | | | | |
|--|---|----|----|-------------|--|
| III | Teoría de la organización II (artes performáticas) | 6 | 96 | a distancia | |
| | Industrias Culturales II (la televisión) | 6 | 96 | a distancia | |
| | Industrias Culturales III (los libros) | 6 | 96 | a distancia | |
| | Industrias Culturales IV (los discos) | 6 | 96 | a distancia | |
| Tecnicatura en Administración de la Cultura: 1616 horas | | | | | |
| Sexto cuatrimestre | | | | | |
| III | Políticas culturales | 6 | 96 | a distancia | |
| | Introducción a la teoría de la organización y la cultura | 6 | 96 | a distancia | |
| | Historia de las políticas culturales en Latinoamérica | 6 | 96 | a distancia | |
| | Introducción a los estudios culturales | 6 | 96 | a distancia | |
| | Inglés nivel II | 3 | 48 | a distancia | |
| Séptimo cuatrimestre | | | | | |
| IV | Las identidades nacionales y la ciudadanía cultural | 4 | 64 | a distancia | |
| | La cultura como recurso y la globalización | 4 | 64 | a distancia | |
| | Organismos internacionales y la cooperación internacional | 4 | 64 | a distancia | |
| | El gerenciamiento de las empresas culturales | 4 | 64 | a distancia | |
| Octavo cuatrimestre | | | | | |
| IV | Control de gestión | 4 | 64 | a distancia | |
| | Teoría contable | 4 | 64 | a distancia | |
| | El patrimonio cultural: gestión y promoción | 4 | 64 | a distancia | |
| | Taller de elaboración del trabajo final | 6 | 96 | a distancia | |
| | Inglés nivel III | 3 | 48 | A distancia | |
| | Trabajo Final | -- | -- | -- | |
| Licenciatura en Políticas y Administración de la Cultura 2640 horas | | | | | |

10 CONTENIDOS MÍNIMOS DE LAS ACTIVIDADES CURRICULARES

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. Emergencia y desarrollo del movimiento anti-mundialización

Metodología de la Investigación.

Lógica. Lenguaje, funciones del lenguaje, niveles del lenguaje. Semiótica. Introducción histórica a la epistemología. Contextos de descubrimiento y justificación. Conocimiento y ciencias. Inductivismo. Método hipotético- deductivo. Método hipotético deductivo liberalizado. La evolución de la ciencia como evolución de paradigmas. Ciencia Normal. La investigación bajo el paradigma. Modelos de aplicación. Paradigmas y ciencias sociales. Programas de investigación. La evolución de la ciencia como programa de investigación. Estructuras de las teorías científicas. Ciencia y desarrollo.

Cuestiones de Sociología, Economía y Política.

El conocimiento de lo social. Conceptos y categorías básicas acerca de lo social. Origen histórico de las ciencias sociales. Origen histórico de la sociología clásica. Principales problemas y condiciones que la hacen posible. Conceptos y categorías básicas acerca de lo social. El materialismo histórico. Orígenes y antecedentes. El Estado. La ideología. El modo capitalista de producción. Plusvalía y acumulación. Las crisis cíclicas. El cambio social. La estratificación social. La enajenación. Estructura social capitalista. Cambio estructural y políticas sociales en Argentina.

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.

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.

Historia de la Cultura Occidental.

Grecia y Roma. La escultura Griega. Los órdenes 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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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 trasnacionalización y la concentración del capital cultural. La necesaria diversidad y las garantías democráticas.

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.

Teoría de la Organización II (Artes Perfomaticas).

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 perfomaticas 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?

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 origen 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.

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 trasnacionalización 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.

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 *mails* 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 libreros. 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.

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.

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.

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 trasnacionalizado, 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.

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).

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.

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.

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).

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.

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.

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.

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.

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.

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.

11 CUADRO DE SÍNTESIS DE LA LICENCIATURA EN POLÍTICAS Y ADMINISTRACIÓN DE LA CULTURA

| 1ER. AÑO | | | | | | |
|---|----------------------|--------------|---------------------------|--------------------------------|------------------------|-----------------------------|
| Asignaturas | Carga horaria | | Régimen de cursada | Régimen de correlativas | Regular/ libre | Modalidad de cursada |
| | Semanal | Total | | | | |
| Gestión de proyectos y producciones culturales | 4 | 64 | Cuatrimestral | --- | R | A distancia |
| Cultura contemporánea | 4 | 64 | Cuatrimestral | --- | R | A distancia |
| La organización de los poderes públicos y la administración de la cultura | 6 | 96 | Cuatrimestral | --- | R/L | A distancia |
| Cuestiones de sociología, economía y política | 4 | 64 | Cuatrimestral | --- | R | A distancia |
| Inglés nivel I | 3 | 48 | cuatrimestral | - | R/L | A distancia |
| 2DO CUATRIMESTRE | | | | | | |
| Economía de la cultura | 4 | 64 | Cuatrimestral | --- | R/L | A distancia |
| Legislación cultural | 4 | 64 | Cuatrimestral | --- | R/L | A distancia |
| Historia de la cultura occidental | 6 | 96 | Cuatrimestral | --- | R | A distancia |
| Metodología de la investigación | 4 | 64 | Cuatrimestral | --- | R | A distancia |
| 2DO. AÑO | | | | | | |
| 3ER CUATRIMESTRE | | | | | | |
| Asignaturas | Carga horaria | | Régimen de cursada | Régimen de correlativas | Regular / Libre | Modalidad de cursada |
| | Semanal | Total | | | | |
| Sociología de la cultura | 4 | 64 | Cuatrimestral | --- | R/L | A distancia |
| Administración de las empresas culturales | 4 | 64 | Cuatrimestral | --- | R | A distancia |

| Administración de los recursos humanos | 4 | 64 | Cuatrimestral | --- | R/L | A distancia |
|--|-------------------|-------|--------------------|-------------------------|----------------|----------------------|
| Las industrias culturales | 6 | 96 | Cuatrimestral | --- | R | A distancia |
| 4TO CUATRIMESTRE | | | | | | |
| Teoría de la organización I (artes visuales) | 6 | 96 | cuatrimestral | - | R | A distancia |
| Marketing cultural | 4 | 64 | cuatrimestral | - | R | A distancia |
| El financiamiento de la cultura | 4 | 64 | cuatrimestral | - | R | A distancia |
| Industrias Culturales I (El cine) | 6 | 96 | cuatrimestral | - | R | A distancia |
| 3ER. AÑO | | | | | | |
| 5TO CUATRIMESTRE | | | | | | |
| Asignaturas | Carga horaria | | Régimen de cursada | Régimen de correlativas | Regular/ libre | Modalidad de cursada |
| | Semanal | Total | | | | |
| Teoría de la organización II (artes performáticas) | 6 | 96 | cuatrimestral | - | R | A distancia |
| Industrias Culturales II (la televisión) | 6 | 96 | cuatrimestral | - | R | A distancia |
| Industrias Culturales III (los libros) | 6 | 96 | cuatrimestral | - | R | A distancia |
| Industrias Culturales IV (los discos) | 6 | 96 | cuatrimestral | - | R | A distancia |
| Tecnicatura en Administración de la Cultura | 1616 horas | | | | | |
| 6TO CUATRIMESTRE | | | | | | |
| Políticas culturales | 6 | 96 | Cuatrimestral | --- | R | A distancia |
| Introducción a la teoría de la organización y la cultura | 6 | 96 | Cuatrimestral | --- | R/L | A distancia |
| Historia de las políticas culturales en Latinoamérica | 6 | 96 | Cuatrimestral | --- | R | A distancia |

| | | | | | | |
|---|---|----|---------------|-----------------|-----|-------------|
| Introducción a los estudios culturales | 6 | 96 | Cuatrimestral | | R/L | A distancia |
| Inglés nivel 2 | 3 | 48 | cuatrimestral | Inglés nivel 1 | R/L | A distancia |
| 4TO. AÑO | | | | | | |
| 7MO CUATRIMESTRE | | | | | | |
| Las identidades nacionales y la ciudadanía cultural | 4 | 64 | Cuatrimestral | --- | R/L | A distancia |
| La cultura como recurso y la globalización | 4 | 64 | Cuatrimestral | --- | R | A distancia |
| Organismos internacionales y la cooperación internacional | 4 | 64 | Cuatrimestral | --- | R | A distancia |
| El gerenciamiento de las empresas culturales | 4 | 64 | Cuatrimestral | | R | A distancia |
| 8vo. Cuatrimestre | | | | | | |
| Control de gestión | 4 | 64 | Cuatrimestral | --- | R | A distancia |
| Teoría contable | 4 | 64 | Cuatrimestral | --- | R/L | A distancia |
| El patrimonio cultural: gestión y promoción | 4 | 64 | Cuatrimestral | --- | R | A distancia |
| Taller de elaboración del trabajo final | 6 | 96 | Cuatrimestral | | R | A distancia |
| Inglés nivel III | 3 | 48 | Cuatrimestral | Inglés nivel II | R/L | A distancia |
| Trabajo Final | | | | | | |
| LICENCIATURA EN POLÍTICAS Y ADMINISTRACIÓN DE LA CULTURA 2640 HORAS | | | | | | |