



RESOLUCIÓN CS Nº

074/14

Avellaneda, 13 MAY 2014

VISTO

El Expediente 294/14, y

CONSIDERANDO

Que la Secretaria Académica elevó el proyecto para la creación del Ciclo de Complementación Curricular para la Licenciatura en Gestión Cultural y su correspondiente Plan de Estudios.

Que es misión de nuestra Universidad dar respuestas formativas en campos profesionales relacionados con la cultura, incorporando a la propuesta académica, carreras de grado para la formación de profesionales que cuenten con herramientas necesarias para la producción artística, gestión y administración de los servicios culturales, así como para el análisis, interpretación, promoción, difusión y puesta en valor de los recursos culturales de una sociedad.

Que resulta pertinente responder a la demanda local, regional y nacional de formación de profesionales con título de grado o estudios equivalente en el área.

Que intervino la Comisión de Enseñanza avaló los alcances que se encuentran en el Anexo I.

Que la presente resolución se dicta en usos de las facultades conferidas al Consejo Superior de la





2014 "Año de Homenaje al Almirante Guillermo Brown,
en el Bicentenario del Combate Naval de Montevideo"

Universidad Nacional de Avellaneda, de acuerdo al artículo 54 del estatuto Universitario.

POR ELLO,

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE
AVELLANEDA

RESUELVE:

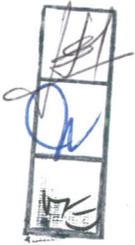
ARTÍCULO 1º: Aprobar la creación de la Carrera de Ciclo de Complementación para la Licenciatura en Gestión Cultural.

ARTÍCULO 2º: Aprobar el plan de estudios de la carrera que se acompaña como Anexo I y forma parte de la presente.

ARTÍCULO 3º: Comuníquese, Regístrese, Publíquese y cumplido, Archívese.

RESOLUCIÓN CS N°: 074/14

Ing. JORGE F. GALZONI
DIRECTOR
UNIVERSIDAD NACIONAL DE AVELLANEDA



RESOLUCIÓN CS Nº

074/14

ANEXO I

Ciclo de Complementación Curricular para la Licenciatura en
Gestión Cultural

Departamento de Cultura y Arte

FUNDAMENTACIÓN

Hasta no hace mucho tiempo cultura fue entendida exclusivamente como lo más refinado en el campo del conocimiento y el arte. Y este no interesaba más que a ciertos grupos pequeños y privilegiados. Y por su parte, la creatividad popular se desarrollaba de manera autónoma y sin contacto ni "intermitencias estéticas". Sin embargo, hoy el concepto de cultura se ha ampliado y el público general accede de modo creciente a actividades artístico-culturales, en mayor importancia a lo ofrecido por las industrias culturales. De igual modo, se da un creciente impulso a las actividades culturales no profesionales, étnico tradicionales y alternativas, a veces hasta con formas de contra-cultura.

"El mundo ha sufrido hondas transformaciones en los últimos años. Los avances de la ciencia y de la técnica han modificado el lugar del hombre en el mundo y la naturaleza de sus relaciones sociales. La educación y la cultura, cuyo significado y alcance se han ampliado considerablemente, son esenciales para un verdadero desarrollo del individuo y la sociedad".¹



¹ DECLARACIÓN DE MÉXICO SOBRE LAS POLÍTICAS CULTURALES, Conferencia mundial sobre las políticas culturales, México D.F., 26 de julio - 6 de agosto de 1982

RESOLUCIÓN CS Nº

074/14

En Nuestra América se da un proceso de búsqueda de reconocimiento y legitimación sociopolítica de la propia diversidad e identidad cultural, es decir, de su forma de "estar siendo". Un cambio de perspectiva pendiente e imprescindible para superar los distintos niveles de colonización aun vigentes. Las políticas públicas en materia cultural y educativa y los procesos de institucionalización universitaria y científica que se están dando en las últimas décadas están orientadas a avanzar en este sentido.

En este contexto la Universidad Nacional de Avellaneda ofrece la innovadora carrera de Licenciatura en Gestión Cultural que capacita al profesional productor y gestor de la cultura, dotándole de las herramientas necesarias para la producción artística, gestión, y administración de los servicios culturales, así como para el análisis, interpretación, promoción, difusión y puesta en valor de los recursos culturales de una sociedad.

El Ciclo de Complementación Curricular que articula con la carrera de Licenciatura en Gestión Cultural se ajusta a los lineamientos especificados en el Proyecto institucional para la creación de la UNDAV. La amplia y diversificada oferta de producciones que ofrecen los Institutos artísticos de la Ciudad de Avellaneda y sus alrededores encuentra su corolario lógico en esta Carrera de Grado. Como es sabido, son numerosos los profesionales que se han formado en el ámbito local, y se han destacado en actividades de Cultura y Arte, tanto en el ámbito local, como nacional e internacional. Asimismo ofrece la oportunidad de que los egresados de carreras oficiales de nivel superior -tecnicaturas en gestión y tecnicaturas y/o





RESOLUCIÓN CS Nº 074/14

profesorados en la rama artística tanto provincial como de CABA con más de 1600 horas- tengan la posibilidad de completar su formación y alcanzar una titulación de grado afín con sus intereses.

El crecimiento del sector cultural, como respuesta a la expansión del tiempo de ocio y la creatividad en el mundo actual, comporta un crecimiento exponencial del número de proyectos artísticos y producciones culturales.

Es necesario avanzar hacia la definición de los instrumentos de gestión en la producción cultural en un entorno cada día más dinámico. Las estrategias de toma de decisiones, de concentración horizontal y vertical, y los nuevos formatos de los productos culturales suponen una revolución permanente en los diferentes sectores artísticos. De allí que hoy se hace más necesario abrir un espacio de formación para una nueva realidad en la gestión y la producción culturales.

En tal sentido, se trata ahora de dar respuesta a la demanda de profesionales dotados de formación humanística y lingüística, con habilidades y destrezas para comunicar, difundir, valorar e interpretar el patrimonio histórico-artístico capaces de analizar e intervenir en la gestión cultural, preparados para emprender, investigar, diagnosticar, planificar, formular, poner en acción y evaluar creativamente producciones artísticas, incentivando la integración local.

El Ciclo de Complementación Curricular de la carrera de Licenciatura en Gestión Cultural² está orientado a la

² Según la UNESCO la cultura es el "...conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan un grupo social que engloba además las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias" (UNESCO, Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales - MONDIACULT- México, 1982).

Handwritten signature and stamp in the left margin.

Handwritten signature in the bottom left corner.



2014 "Año de Homenaje al Almirante Guillermo Brown, en el Bicentenario del Combate Naval de Montevideo"

RESOLUCIÓN CS Nº

074/14

profesionalización de la gestión cultural de políticas públicas y de desarrollo de empresas del sector de las industrias culturales, poniendo especial énfasis en una formación teórico-práctica interdisciplinaria que atienda prioritariamente a las problemáticas de la comunidad circundante y la región, sin desinteresarse de la mirada global.



RESOLUCIÓN CS N°

074/14

1. TÍTULO DE LA CARRERA

Ciclo de Complementación Curricular para la Licenciatura en
Gestión Cultural

2. TÍTULO QUE OTORGA

Licenciado/a en Gestión Cultural

3. DURACIÓN DE LA CARRERA

Dos años (Cuatro cuatrimestres)

4. NIVEL DE LA CARRERA

Carrera de Grado

5. OBJETIVO DE LA CARRERA

El objetivo de la carrera es formar profesionales capaces de concebir, diseñar, implementar, gestionar y ejecutar políticas culturales, proyectos de investigación de las distintas manifestaciones artísticas y de los espacios socioculturales; producir y desarrollar empresas de bienes y servicios culturales; brindar servicios de asesoramiento cultural y de protección del patrimonio material e inmaterial alertando sobre el deterioro y el ultraje del patrimonio cultural urbano y rural; promover las diferentes tradiciones culturales e identidades étnicas y locales, asumiendo un compromiso ético ante la sociedad.

Los profesionales serán capaces de:

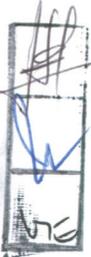
1. Investigar acerca de la gestión cultural, los lenguajes artísticos y las industrias culturales.
2. Analizar críticamente los aspectos relacionados con los creadores, las obras, la producción, la generación



RESOLUCIÓN CS Nº 074/14

de redes de comercialización y distribución; las formas críticas de interpretación comunicativa, las nuevas tecnologías de información y comunicación; y de la gestión institucional y empresarial del arte y de la cultura en cada contexto sociocultural.

3. Valorar, interpretar y diagnosticar la situación de la producción artística y la gestión cultural con relación a los diversos sectores socioculturales, con especial énfasis en la región y Latinoamérica.
4. Comunicar y difundir el patrimonio histórico-artístico comunitario, las producciones culturales y las expresiones diversas de la cultura.
5. Empezar proyectos de producción y gestión cultural tanto en el ámbito público como en el privado, ligados a las instituciones culturales y de cooperación, nacional e internacional, y de las empresas de diversos complejos de las industrias culturales.
6. Diseñar, planificar, formular y evaluar programas públicos y privados de generación y producción de servicios y difusión artístico-culturales.
7. Intervenir creativamente en las empresas y servicios culturales, con una específica ponderación en acciones transformadoras de la realidad local y regional que impriman valor agregado a la producción y actividades culturales.
8. Analizar críticamente el rol de las industrias culturales, la diversidad cultural y su incidencia en la sociedad, a fin de accionar para lograr transformaciones positivas que promuevan la integración social.



RESOLUCIÓN CS Nº 074/14

6. PERFIL DEL TÍTULO

El Licenciado en Gestión Cultural de la Universidad Nacional de Avellaneda tendrá una formación humanista, latinoamericanista y científica que articulará e integrará saberes de otras disciplinas afines. El egresado podrá desempeñarse como gestor, analista, investigador, asesor, planificador, evaluador, docente, difusor y gestor de programas socioculturales; tanto del ámbito público como privado de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales y en particular de empresas del sector de las industrias culturales.

7. ALCANCE DEL TÍTULO

Los profesionales egresados de la Licenciatura en Gestión Cultural tendrán las competencias específicas para:

- 1) Diseño de estrategias de abordaje de la problemática de la gestión cultural en distintos tipos de organizaciones y contextos, de las políticas culturales, de las especificidades propias de cada uno de los lenguajes artísticos, de la producción de las industrias culturales, de los marcos legales de la cultura, atendiendo a las características y a las necesidades particulares de cada institución y cada empresa según el complejo industrial al que pertenece, capitalizando sus recursos, y promoviendo acciones que faciliten la participación de la comunidad.
- 2) Diseño de estrategias de comercialización y marketing cultural adecuadas para las organizaciones del sector.



RESOLUCIÓN CS Nº 074/14

- 3) Elaborar análisis críticos y diagnósticos de estructuras sociales, del mercado, de la comercialización, de la producción, y de las organizaciones estatales e instituciones culturales, públicas y privadas del sector de la cultura.
- 4) Efectuar la planificación, evaluación, diagnóstico y gestión de emprendimientos culturales.
- 5) Elaborar proyectos con especificaciones legales e instrumentales para solicitar y ejecutar fondos provenientes de organizaciones que financian actividades vinculadas con la cultura.
- 6) Comunicar, difundir, evaluar e interpretar aspectos sobre el patrimonio histórico-artístico.
- 7) Evaluar las dimensiones culturales en proyectos artísticos de desarrollo económico-social.
- 8) Intervenir en proyectos de gestión cultural, siendo capaces de asesorar y realizar estudios en investigaciones referidas a la gestión cultural y las industrias culturales.
- 9) Gestionar y administrar recursos humanos y financieros para el desarrollo de las industrias y emprendimientos artísticos y culturales.
- 10) Gestionar y administrar proyectos socioculturales en el ámbito de las entidades gubernamentales, no gubernamentales y comunitarias.
- 11) Dirigir y asesorar proyectos y programas de producción y gestión cultural en el campo de los lenguajes artísticos, las industrias culturales y la cooperación.

RESOLUCIÓN CS Nº 074/14

- 12) Participar en equipos interdisciplinarios que aborden, con un enfoque situado, problemas de gestión y desarrollo socioculturales.
- 13) Contribuir en la construcción de marcos legales, normativas y políticas, para la preservación del patrimonio cultural y el funcionamiento de las instituciones y empresas culturales públicas y privadas.
- 14) Desarrollar investigación científica y la extensión de los conocimientos relacionados con los lenguajes artísticos, las industrias culturales y la gestión del arte y la cultura.
- 15) Evaluar el impacto sociocultural sobre las poblaciones humanas y las pérdidas en el patrimonio cultural que pudiera producir la implementación de programas y proyectos diversos.
- 16) Participar en equipos interdisciplinarios de investigación y desarrollo de cartografías, atlas y observatorios culturales con especial énfasis en la región.

8. REQUISITOS DE INGRESO

Para ingresar al Ciclo de Complementación para la Licenciatura en Gestión Cultural deben contar con título de Técnico Superior en Administración de Gestión y Políticas Culturales (CABA), Técnico Superior en Gestión Cultural de la Dirección General de Cultura y Educación de la Provincia de Buenos Aires; y de Técnicos y / o Profesores de Enseñanza Artística superior no universitaria, con una duración en sus estudios no inferior a tres años, una



Ing. JORGE F. CALZONI

RESOLUCIÓN CS N°

074/14

carga horaria no menor a 1600 horas, reconocidos oficialmente.

9. DISTRIBUCIÓN DE LA CARGA HORARIA

PRIMER CUATRIMESTRE				
Código	ASIGNATURA	Hs. Semanales	semanas	Total
1	Gestión de las organizaciones	4	16	64
2	Diseño y evaluación de proyectos culturales	4	16	64
3	Patrimonio cultural (material e inmaterial)	4	16	64
4	Metodología de la Investigación I	4	16	64
5	Idioma I*	2	16	32
6	Trabajo Social Comunitario I	2	16	32
TOTAL HORAS PRIMER CUATRIMESTRE				320

SEGUNDO CUATRIMESTRE				
Código	ASIGNATURA	Hs. Semanales	semanas	Total
7	Leguajes artísticos IV (Gestual y de Escena)	4	16	64
8	Semiótica	4	16	64
9	Metodología de la Investigación II	4	16	64
10	Estéticas contemporáneas	6	16	96

RESOLUCIÓN CS Nº

074/14

11	Idioma II	2	16	32
TOTAL HORAS SEGUNDO CUATRIMESTRE				
320				

TERCER CUATRIMESTRE				
Código	ASIGNATURA	Hs. Semanales	Semanas	Total
12	Leguajes artísticos V (Audiovisual)	3	16	48
13	Diseño de proyectos de cooperación	4	16	64
14	Marketing cultural	4	16	64
	Optativa I	4	16	64
15	Taller de Trabajo Final	4	16	64
16	Trabajo Social Comunitario II	2	16	32
TOTAL HORAS TERCER CUATRIMESTRE				336

CUARTO CUATRIMESTRE				
Código	ASIGNATURA	Hs. Semanales	Semanas	Total
17	Comunicación e imagen institucional	3	16	48
18	Financiamiento de proyectos culturales	3	16	48
	Optativa II	4	16	64
	Optativa III	4	16	64
19	Trabajo Final	4	16	64
20	Trabajo Social Comunitario III	2	16	32

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

TOTAL HORAS CUATRIMESTRE	320
TOTAL DE HORAS LICENCIADO EN GESTIÓN CULTURAL	1296

*Se puede aprobar por examen de suficiencia.

Las opciones para la materia optativa a elegir son todas aquellas que integran (de ambas líneas sugeridas como orientación) el Plan vigente de la carrera de Licenciatura en Gestión Cultural de la UNDAV.

ASIGNATURAS OPTATIVAS PARA EL MÓDULO SUGERIDO DE INDUSTRIAS CULTURALES

Código	Asignatura	Hs. Semanales	Semanas	Total
21	Economía de la Cultura e Industrias Culturales	4	16	64
22	Gestión de Centros Culturales, Galerías, Mercados y Muestras	4	16	64
23	Diversidad cultural e inclusión social	4	16	64
24	Industrias Culturales I (Editorial)	4	16	64
25	Industrias Culturales II (Fonográfica)	4	16	64
26	Industrias Culturales III (Audiovisual)	4	16	64
27	Creatividad y gestión cultural	4	16	64




RESOLUCIÓN CS Nº

074/14

28	Industrias Culturales IV (Digital y TIC's)	4	16	64
29	Representaciones Escénicas y Espectáculos	4	16	64
30	Práctica Pre- Profesional	4	16	64

**ASIGNATURAS OPTATIVAS PARA EL MÓDULO SUGERIDO PARA POLITICAS
CULTURALES e INTERVENCIÓN SOCIOCULTURAL**

Código	Asignatura	Hs. Semanales	Semanas	Total
31	Políticas culturales: patrimoniales, artísticas y tradicionales	4	16	64
23	Diversidad cultural e inclusión social	4	16	64
32	Memoria, Derechos humanos y Ciudadanía cultural	4	16	64
33	Políticas socioculturales: sectoriales y transversales	4	16	64
34	Diversidad cultural I (Suramericana y mercosureña)	4	16	64
26	Cultura popular y carnaval en Buenos Aires	4	16	64



RESOLUCIÓN CS Nº **074/14**

35	Creatividad y gestión cultural	4	16	64
36	Diversidad cultural II (Regiones argentinas)	6	16	64
37	Autogestión y financiamiento para emprendimientos culturales comunitarios (Microcréditos)	6	16	64
38	Legislación Cultural	3	16	48
30	Práctica Pre-Profesional	4	16	64

10. ACTIVIDADES PREVISTAS

Se propone una estrecha relación entre teoría y práctica de modo que ambos aspectos se enriquezcan mutuamente en:

Clases teórico-prácticas, clases teóricas, prácticas, seminarios, talleres, trabajos vía internet, trabajo de campo, laboratorio, pasantías, visita a museos y sitios con valor patrimonial cultural, entidades afines, empresas culturales, invitación a líderes de experiencias de gestión cultural relevantes, etc.


ME

11. CONTENIDOS MÍNIMOS

1. GESTION DE LAS ORGANIZACIONES



RESOLUCIÓN CS N°

074/14

El sistema institucional cultural y su matriz burocrática.

 Cultura y desarrollo institucional. El debate sobre los

 modelos. La especificidad organizativa de las instituciones

 culturales. 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

 asignación eficiente de los recursos económicos y

 financieros. Tipos de organización. Funciones. La gestión

 de las organizaciones culturales. La planificación

 estratégica. Las condiciones sociales de la participación

 en instituciones culturales. Cultura, trabajo y estructura

 social. La cultura en contextos de cambio y globalización.

 Cultura, desigualdades sociales e integración. Reproducción

 cultural y reproducción social. 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.

2. DISEÑO Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS CULTURALES

Aproximaciones conceptuales. La construcción de

 organizaciones inteligentes en el sector artístico

 cultural. Clasificación de los proyectos artístico-

 culturales. Estudio comparativo entre organizaciones

 burocráticas y de aprendizaje permanente. Diseño de

 proyectos y pensamiento proyectual. Ciclo de vida de los

 proyectos. Indicadores. Fases. Diagnóstico. Planificación.

 Realización. Evaluación. Métodos y herramientas de

 evaluación. Planificación. Documentos. Mejora Permanente.

 Estrategias para la elaboración de proyectos culturales en



RESOLUCIÓN CS Nº

074/14

relación con las artes de la literatura, plástica, música, performativa y audiovisual. Plan, programa y proyecto dimensionado según el tamaño del emprendimiento (desde una pequeña exhibición individual hasta un mega - evento). Principales instrumentos de control de gestión.

3. PATRIMONIO CULTURAL (MATERIAL E INMATERIAL)

Concepto de Patrimonio Cultural y Natural. Diferencias e interrelaciones. Origen y evolución del término. La visión del Patrimonio cultural a través del tiempo. Corrientes de pensamiento. El Patrimonio cultural argentino: evolución histórica. Tipos de Patrimonio: Material e Inmaterial. Los bienes culturales. Conceptos y categorías. Protección y conservación del Patrimonio cultural. Registro, inventario y catalogación. Valoración y categorización. Difusión. La tutela del Patrimonio cultural, documentos y normativas. Instituciones, organismos nacionales e internacionales. O.N.G. Desarrollo y conservación. Aspectos rentables de la conservación. Urbanismo. La definición de ciudad como patrimonio cultural. Centros Históricos. De la conservación preventiva a la restauración. Introducción a las intervenciones en bienes culturales. Las instituciones privadas. El mecenazgo: concepto. El Patrocinio: características. El sponsor: su importancia. La tradición oral. Vida cotidiana. La práctica social, los saberes y su transmisión. Creencias y costumbres. Las tradiciones y expresiones orales, artísticas, los usos sociales, rituales y festivos. Diversidad cultural e identidad. Las comunidades originarias. El folklore. Costumbres, hábitos de la comunidad y las técnicas artesanales tradicionales como soporte material. La globalización y sus efectos. La expresión de la cultura popular en riesgo de desaparición. La resignificación del patrimonio: su importancia y



RESOLUCIÓN CS Nº 074/14

preservación. La participación comunitaria. Protección y conservación del Patrimonio inmaterial.

4. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN I (CUANTITATIVA)

El diseño de investigación y la producción de información. El sentido de la investigación cuantitativa. Finalidad y validez de la investigación cuantitativa. Construcción de los instrumentos de medición. Validez y fiabilidad de los instrumentos. Determinación de la muestra, intervalos de confianza y la ponderación. El diseño de encuestas por monitoreo. Procesamiento y análisis de datos. Elementos básicos para el análisis. Técnicas de análisis de datos con SPSS. Tablas de contingencia, dependencia y medidas de asociación entre dos variables.

5. IDIOMA I

Estructuración: oración simple y compuesta. Frases nominales y verbales. Análisis e interpretación de sus componentes. Usos del diccionario. El pronombre: personales (sujeto y objeto), posesivos, reflexivos, determinados, indefinidos, cuantitativos, relativos. Los sustantivos: terminaciones plurales. Usos del artículo definido e indefinido. El genitivo. Formación "Ing." en función del sustantivo. Sufijos. El sustantivo en función del modificador. El verbo auxiliar: usos y funciones. El verbo: el imperativo. Verbos regulares e irregulares. Tiempos verbales: presente, pretérito y futuro. Indefinidos. Modos potenciales, continuos y perfectos. El adjetivo: invariabilidad de género y número. Posesivos, demostrativos, indefinidos y numerales. Formaciones activas y pasivas. Otras formaciones a partir de verbos y sustantivos. Cláusulas adjetivas. Formación de verbos con "get/go/tum/become", etc + adjetivo. Paralelismo.



RESOLUCIÓN CS Nº 074/14

6. TRABAJO SOCIAL COMUNITARIO I

El paradigma positivista. La concepción dialéctica del conocimiento. El espacio geográfico y el tiempo histórico como categorías de análisis de la realidad social. Los actores sociales como categoría de análisis de la realidad social.

7. LENGUAJES ARTÍSTICOS IV (GESTUAL Y DE ESCENA)

Código específico del lenguaje corporal. Conceptos y procedimientos sintácticos, expresivos y de intención comunicativa. Conciencia corporal. Calidades del movimiento. El cuerpo en el espacio. El movimiento en el tiempo. El movimiento vinculado a la música. El discurso coreográfico. Los procedimientos de producción: composición de discursos con diferentes herramientas, técnicas y procedimientos. Desarrollo de diferentes roles en la producción: intérprete, director, coreógrafo. El teatro como lenguaje artístico. Exploración y profundización consciente del propio cuerpo y del entorno a través de la acción. Aproximaciones conceptuales sintácticas y procedimentales. Cuerpo real- Cuerpo de ficción. El sujeto dramático: Roles. Personaje. Entorno. Acción. Conflicto. Tipos de conflicto: La progresión dramática. Antecedente, consecuente. Los procedimientos de producción teatral. El montaje. Organización y gestión. Planificación y ejecución. Tecnologías de montaje. Los procedimientos vinculados a la recepción- interpretación. Percepción sensible. Percepción analítica. Movilidad y transformación del signo teatral. La decodificación de productos del campo de la danza. Variables del contexto natural, social, económico, cultural y político de referencia como condicionantes de los

RESOLUCIÓN CS Nº

074/14

discursos de escena. El espectador como destinatario y participe del producto. Los vínculos con el contexto sociocultural. Variables del contexto social, económico, cultural y político.

8. SEMIÓTICA

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. Espacio urbano y construcción de la otredad. Cultura y sujeto. Cultura de consumo y postmodernidad. La comunicación: esquemas diversos. Teoría del signo lingüístico: F. de Saussure. La teoría del signo de Charles Peirce. Mijaíl Bajtin y la teoría del enunciado. Su dimensión social. La teoría bajtiana de los géneros discursivos. La enunciación. Teoría de los actos de habla. Tipos textuales. Hipertexto. Los lenguajes artísticos como textos. Búsqueda y construcción del conocimiento.

9. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN II (CUALITATIVA)

Estrategias de investigación en Ciencias Sociales. La investigación cualitativa. El debate cualitativas - cuantitativas en Ciencias Sociales. La importancia de lo cuantitativo y lo cualitativo en las investigaciones. Modos de complementación. La triangulación. Sus tipos. El diseño de investigación cualitativa. Técnicas de recolección de información. Entrevistas. Observación participante y no participante. Estudio de casos. Relatos biográficos, historias de vida. Interpretación del material documental. Análisis de las notas de campo.



RESOLUCIÓN CS Nº

074/14

10. ESTÉTICAS CONTEMPORANEAS

Concepto de Estética. Origen y evolución del concepto. La Estética en la posmodernidad. La experiencia estética y sus manifestaciones. La belleza como forma de reconocimiento. Provocación y transgresión de las expresiones estéticas. El Arte: concepto. El genio y la creatividad. La función social del Arte. Aislacionismo y participación. Ética y Estética. Arte e imagen: su percepción social. Mimesis y convención: el arte de masas.

11. IDIOMA II

Lectura comprensiva de textos académicos en inglés de las distintas disciplinas correspondientes a las carreras que ofrece la universidad. Jerga específica de las diferentes áreas del conocimiento. Patrones lingüísticos y retóricos. Lectura de artículos de investigación en revistas especializadas.

12. LENGUAJES ARTÍSTICOS V (AUDIOVISUAL)

La imagen y medios masivos de comunicación. El alcance masivo de las producciones artísticas y estéticas. Las experiencias artísticas relacionadas con los medios de producción tradicionales y nuevas alternativas tecnológicas. Introducción a los códigos de creación audiovisual. Tipos de planos. Movimientos de cámara. Montaje de planos, secuencias de cámara y diferentes tiempos de narración. El cine y el video. Audiovisual documental y comercial. Proceso de filmación, edición y comercialización. Mercado y consumo de arte. Las producciones multimediales y la transdisciplina. Interpretación de la imagen y crítica. Las artes visuales:

RESOLUCIÓN CS Nº

074/14

influencias y cambios ante los avances técnicos y tecnológicos. La imagen en la contemporaneidad. Diversidad y globalidad.

13. DISEÑO DE PROYECTOS DE COOPERACION

Diseño y elaboración de proyectos de cooperación. Etapas. Planteamiento del problema. Identificación del problema. Diagnóstico. Característica del problema para ser eje del proyecto. Idea de cooperación e intercambio. Selección de alternativas de cooperación. Definición de los objetivos del proyecto. Objetivos específicos. Plan de acción y actividades concretas de cooperación. Pautas presupuestarias. Firma de convenios de cooperación interinstitucional. Ejecución del Plan. Evaluación. Pauta base para elaboración de proyectos. Formato básico para la presentación de Proyectos de Cooperación Nacional e Internacional.

La imagen y medios masivos de comunicación. El alcance masivo de las producciones artísticas y estéticas. Las experiencias artísticas relacionadas con los medios de producción tradicionales y nuevas alternativas tecnológicas. Introducción a los códigos de creación audiovisual. Tipos de planos. Movimientos de cámara. Montaje de planos, secuencias de cámara y diferentes tiempos de narración. El cine y el video. Audiovisual documental y comercial. Proceso de filmación, edición y comercialización. Mercado y consumo de arte. Las producciones multimediales y la transdisciplina. Interpretación de la imagen y crítica. Las artes visuales: influencias y cambios ante los avances técnicos y tecnológicos. La imagen en la contemporaneidad. Diversidad y globalidad.



RESOLUCIÓN CS Nº 074/14

14. MARKETING CULTURAL

Niveles de análisis del Marketing cultural. Organizaciones culturales y marketing. El producto. El mercado. Microentorno. Competidores. Definición y análisis del mercado. Orientación al mercado cultural. Conducción del mercado cultural. Macroentorno: los productos culturales; las organizaciones de producción cultural. Particularidades del marketing cultural. Comportamiento del consumo en los mercados culturales. El gusto artístico y cultural. Posicionamiento en el marketing cultural. Productos culturales y precio. La competencia, los costos y la demanda del mercado cultural. 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. La gestión por rendimientos. Producción cultural y publicidad: la doble vía.

15. TALLER DE TRABAJO FINAL

16. TRABAJO SOCIAL COMUNITARIO II

El rol social de la universidad. El proyecto institucional de la UNDAV: TSC como trayecto común en todas las carreras. Curricularización de la extensión universitaria: la Integralidad. La constitución de los problemas sociales y la política pública. Aproximación a los conceptos de territorio y comunidad. Herramientas metodológicas para el abordaje de problemas sociales: Observación, observación participante. Diario y registro de campo. Mapa de actores. Mapeo colectivo. Integración de los contenidos del proyecto de extensión. Reflexión sobre la práctica en territorio. Diagnóstico participativo.



17. COMUNICACIÓN EN IMAGEN INSTITUCIONAL

Concepto de comunicaciones corporativas. Importancia estratégica de las comunicaciones en la organización. Identidad e imagen institucional. Diferencias y relaciones. Evaluación de la imagen institucional. El uso estratégico de la comunicación. Medios de difusión de estrategias comunicacionales. Definición de públicos. Estratificación de tipos de públicos. Líderes de opinión. Tipos de líderes de opinión. Las comunicaciones internas. Instrumentos y prácticas para la comunicación interna. Comunicación con los medios de comunicación. Instrumentos de prensa en comunicación institucional.

18. FINANCIAMIENTO DE PROYECTOS CULTURALES

El emprendedor de proyectos culturales. Los proyectos artísticos: características. La relación estética y artística con la industria y el negocio. La relación arte-industria. El desarrollo de la idea del proyecto artístico. Proceso creativo, planificación creativa. El presupuesto por rubros. El análisis de viabilidad del proyecto artístico. Fondos de financiación local e internacional. Los créditos y los subsidios. Plan económico-financiero. Internacionalización de proyectos artísticos. Plan de equilibrio y capacidad para cubrir la inversión. Festivales, muestras y mercados. Las diversas modalidades de los aportes de las empresas. El auspicio como forma de financiamiento privado de la Cultura. 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



RESOLUCIÓN CS Nº 074/14

Nacional de las Artes; la CONABIP, 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.

19. TRABAJO FINAL

20. TRABAJO SOCIAL COMUNITARIO III

Debates en torno al extensionismo. Elaboración de proyectos de extensión participativos. Sujetos sociales: dimensión histórica. Clase media y sectores populares: conceptualizaciones y debates. Neoliberalismo y experiencias de resistencia. Organizaciones y movimientos sociales. Investigación Acción Participativa. Historia oral: conceptos y técnicas metodológicas. La memoria.

21. ECONOMIA DE LA CULTURA E INDUSTRIAS CULTURALES

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. Las economías nacionales, el comercio internacional y las industrias de contenido cultural. Vínculo entre la esfera económica y la cultural en las agendas gubernamentales. Aporte económico de las industrias culturales, perspectiva y límites histórico-políticos precisos: países desarrollados y países con economías emergentes. Las Industrias Culturales. La actividad cultural como sector económico. Los grandes componentes de las Industrias Culturales: el cine y la



televisión, los libros y revistas, los discos y la radio. Los problemas de la producción, distribución y realización de los productos culturales. La publicidad, el diseño y las artesanías. Tratamientos de datos económicos (niveles de producción y venta, etc.) y sociales (empleo generado). Situación de las industrias culturales y su incidencia en la economía de nuestro país (PBI, Comercio Exterior). La transnacionalización y la concentración del capital cultural. La necesaria diversidad y las garantías democráticas.

22. GESTIÓN DE CENTROS CULTURALES, GALERÍAS, MERCADOS Y MUESTRAS (Artes visuales y artesanías)

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. Artesanía y moda. Circuito de producción y de comercialización. Su propio mercado.

23. DIVERSIDAD CULTURAL E INCLUSIÓN SOCIAL

Diversidad e Identidad. Diversidad en los documentos de la UNESCO, UNASUR y MERCOSUR. Diversidad cultural y desarrollo sostenible: la diversidad como problema o como oportunidad. La Diversidad Cultural y la interculturalidad en la vida cotidiana. La Diversidad Cultural y la Interculturalidad como ejes de política cultural. Diversidad cultural e interculturalidad en áreas de gestión. Acciones integradas.

24. INDUSTRIAS CULTURALES I (EDITORIAL)

RESOLUCIÓN CS Nº

074/14

Gestión de derechos editoriales y del autor. Cesión de derechos, contratos, licencias de textos e imágenes. Edición de textos. Los desafíos y posibilidades de los nuevos entornos digitales. Elementos de la edición de publicaciones periódicas. La edición de diarios, revistas y otras publicaciones periódicas. Funcionamiento del mercado editorial, distribuidoras y librerías; organización de ferias y otros eventos (nuevos puntos de venta, exploración de nuevos mercados, fórmulas editoriales innovadoras, etc.) 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 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.

25. INDUSTRIAS CULTURALES II (FONOGRÁFICA)

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. Eventos: Gestión y Administración. Estudio de técnicas de producción de todo tipo de eventos musicales: Festivales, Conciertos, Conferencias, Seminarios, Cursos, Giras. Producción y puesta en marcha de situaciones públicas. Estudio de Grabación. Consiste en dotar al alumno de los conocimientos necesarios para enfrentar una producción fonográfica, radial o televisiva. Se tratarán técnicas de estudio, grabación en vivo y en estudio, pre y post producción fonográfica, promoción y distribución, diseño de campañas publicitarias, etc.

26. INDUSTRIAS CULTURALES III (AUDIOVISUAL)

El Cine. El desarrollo de la industria del entretenimiento 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 monopolística norteamericana. La producción subvencionada por la TV. La producción subvencionada por el Estado. La Distribución. Los *films - markets*. Las empresas monopolísticas. 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. 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 cables. El mercado. La construcción y las formas de medición de la audiencia. Mercado audiovisual



RESOLUCIÓN CS Nº

074/14

multiplataforma: TDT, IPTV, Tv móvil, Alta Definición, Web Tv, Cable y Satélite. El audiovisual como cultura e industria. Las políticas audiovisuales en Argentina y Latinoamérica. Los modelos de negocio audiovisual. La delimitación del sector audiovisual (ámbitos, festivales y mercados). La cadena de valor del producto audiovisual. Los derechos de la propiedad intelectual. Vías de financiación del producto. Nuevas plataformas audiovisuales: TDT, Alta Definición, Tv móvil, Web TV.

27. CREATIVIDAD Y GESTIÓN CULTURAL

Cultura y creatividad. Diferentes maneras de procesar lo real. Modelos culturales abiertos y cerrados: sus implicancias. La expansión de la creatividad en los distintos espacios del Sector cultural. Los elementos básicos y las diferentes variables que intervienen en el proceso creativo. Gestor, comunidad, proceso y geoambiente. El recurso del juego como matriz de la creatividad. Escuelas de la creatividad, principales técnicas y recursos. Fases de la planificación cultural en la que la creatividad es decisiva. Ejercicios de articulación entre la concepción analógica y la creatividad social. Puesta en valor de las prácticas sociales en la resolución de problemas. El mapa creativo del gestor cultural.

28. INDUSTRIAS CULTURALES IV (DIGITAL Y TIC'S)

Conceptos básicos de aproximación: sociedad de la información; tecnología de la información y la producción artística cultural; sociedad del conocimiento. Incidencia social de la tecnología de la producción cultural. Elementos que la configuran. Impacto sobre los modos de



RESOLUCIÓN CS Nº 074/14

trabajo en el campo de la producción artística cultural. Su relevancia en los procesos educativos y en la educación a distancia. Su uso político en la participación social, el desarrollo comunitario y la integración social. Formas y usos de la información a través de las nuevas tecnologías, en materia cultural, multicultural e intercultural. Las TIC's en el desarrollo de la identidad y de la imagen corporativa. Su relación con instituciones académicas, representantes de la sociedad civil y empresas para llegar a un acuerdo de largo plazo que destine recursos, políticas, legislación.

29. INDUSTRIAS CULTURALES IV (DIGITAL Y TIC'S)

Conceptos básicos de aproximación: sociedad de la información; tecnología de la información y la producción artística cultural; sociedad del conocimiento. Incidencia social de la tecnología de la producción cultural. Elementos que la configuran. Impacto sobre los modos de trabajo en el campo de la producción artística cultural. Su relevancia en los procesos educativos y en la educación a distancia. Su uso político en la participación social, el desarrollo comunitario y la integración social. Formas y usos de la información a través de las nuevas tecnologías, en materia cultural, multicultural e intercultural. Las TIC's en el desarrollo de la identidad y de la imagen corporativa. Su relación con instituciones académicas, representantes de la sociedad civil y empresas para llegar a un acuerdo de largo plazo que destine recursos, políticas, legislación.



30. PRÁCTICA PRE- PROFESIONAL

31. POLÍTICAS CULTURALES: PATRIMONIO, ARTE Y TRADICIONES



RESOLUCIÓN CS Nº

074/14

Concepto de políticas culturales. La Declaración de la UNESCO sobre "políticas culturales". Políticas culturales en la Argentina y América Latina. Política cultural, identidad y desarrollo.

32. MEMORIA, DERECHOS HUMANOS Y CIUDADANÍA CULTURAL

La construcción de una identidad nacional desde la perspectiva regional suramericana (particularmente la región MERCOSUR); La causa Malvinas y el ejercicio y la construcción de la memoria colectiva. La historia reciente. Estado de Derecho y plena vigencia de los Derechos Humanos. El terrorismo de Estado y sus atrocidades. Los derechos humanos y la democracia. La memoria como acto de vigilia. La memoria como condición para garantizar el respeto de la vida. La Ley 26.415/2006 "Espacio para la Memoria y para la Promoción y Defensa de los Derechos Humanos". Ciudadanía cultural. "Quinta Conferencia Internacional de Educación de las Personas Adultas", UNESCO, Hamburgo, 1997. Derechos humanos individuales y derechos humanos colectivos. El derecho de las minorías. La cuestión de género. Los pueblos originarios. Los derechos culturales y la ciudadanía cultural. El derecho al autodesarrollo. Ciudadanía cultural y cultura popular. Los Movimientos Sociales y la defensa de los derechos de ciudadanía cultural.



33. POLÍTICAS SOCIOCULTURALES CULTURALES: SECTORIALES Y TRANSVERSALES

Conceptos generales sobre políticas sociales y políticas culturales. La dialéctica política cultural/realidad social. El sector cultura. Las políticas culturales transversales. Políticas culturales más allá de la



RESOLUCIÓN CS Nº

074/14

"cultura". La intervención cultural comunitaria. Herramientas para transformar la realidad desde la cultura. Empoderamiento y participación. Articulación transversal de los diferentes organismos del Estado, la Empresa y las Organizaciones libres del pueblo.

34. LA DIVERSIDAD CULTURAL I (SUDAMERICANA Y MERCOSUEREÑA)

La conformación de las culturas. Conceptos básicos y problemáticas. La identidad cultural y las nacionalidades. Lenguas diversas y lenguas dominantes. Las matrices culturales dinámicas de Suramérica. Culturas y territorios. La regionalización. El Mercosur cultural. Configuraciones y límites culturales. Intercambios culturales e interculturalidad La circulación e intercambio de bienes culturales.

35. CULTURA POPULAR Y CARNAVAL EN BUENOS AIRES

Carnaval y cultura popular. La cultura popular en el carnaval de Buenos Aires. Aspectos de la cultura popular: románticos y folklóricos. La problemática de lo popular y lo subalterno. El carnaval porteño en sus albores: orígenes y configuración a fines del siglo XIX y comienzos del XX. El tango y la formación de estereotipos nacionales. Carnaval y fiestas populares. El estudio de la fiesta popular del carnaval. La cultura popular como inversión carnalesca y transgresión paródica: la risa popular, el grotesco y la degradación ambivalente. Reproducción, resistencia y suspensión del orden social. El carnaval en múltiples planos. Carnaval y actuación. Arte popular y estudios de performance (actuación). Formas expresivas (orales, performáticas, cinéticas, etc.) de los sectores subalternos y de la cultura popular en contextos



RESOLUCIÓN CS Nº

074/14

actuales e históricos. La estética del carnaval porteño. Cuestiones de producción, circulación, consumo y reproducción en la cultura popular. Carnaval y políticas culturales. Actores y asociaciones del carnaval en la ciudad de Buenos Aires. El carnaval y sus transformaciones. Políticas culturales, activismo y conformación de un campo cultural. Relaciones de poder en el carnaval. Políticas oficiales y el concepto de patrimonio cultural inmaterial.

36. DIVERSIDAD CULTURAL II (REGIONES ARGENTINAS)

Culturas y territorios. La regionalización. La producción de sentidos propios. Características de las seis regiones argentinas. Arte y cultura popular regional. Aplicación a políticas y proyectos culturales. Cómo gestionar cultura desde lo nuestro. Festividades religiosas y cívicas.

37. AUTOGESTIÓN Y FINANCIAMIENTO PARA EMPRENDIMIENTOS CULTURALES COMUNITARIOS (MICROCRÉDITOS)

Autogestión. Autonomía. Democracia. Participación. Igualdad. Cooperación. Autosustentación. Desarrollo humano. Responsabilidad y compromiso. Espacios comunitarios. Autogestión y cultura. Herramientas para la formulación de proyectos. Cómo nos organizamos para llevar a cabo un proyecto de gestión cultural desde la autogestión. Cómo generar espacios participativos y autogestionados en la gestión cultural... La autogestión de los proyectos de vida personales y colectivos. El libre flujo de nuevas formas de pensamiento y acción. El ejercicio de la libertad,




ING. JORGE E. CALZONI

RESOLUCIÓN CS Nº

074/14

entendido como forma de poder social. Banca solidaria. Microcréditos.

38. LEGISLACIÓN CULTURAL

Breve historia de la legislación cultural. Legislación cultural comparada. Marco constitucional. Legislación cultural de las últimas del siglo XX. Legislación sobre propiedad privada. Legislación sobre entidades culturales: asociaciones, cooperativas, mutuales y fundaciones. Legislación sobre financiamiento y fiscalización cultural. Subvenciones, patrocinio y mecenazgo. Incentivos, bonificaciones, deducciones y exenciones fiscales. Legislación específica por sector de la cultura. Leyes del libro, cine, medios, patrimonio cultural, información, museos, archivos, etc. Leyes provinciales. Normativa complementaria de los diferentes sectores de la cultura. Derechos de autor. Contratos. Sociedad de Autores. Fomento de la creación artística (libro, teatro, artes plásticas, música y danza).

