



SÁENZ PEÑA, 18 JUN 2018

VISTO el expediente N° 017/18 C.S. del registro de esta Universidad por el que se tramita la modificación del plan de estudios y del reglamento de la Especialización en Industrias Culturales en la Convergencia Digital, 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 Especialización en Industrias Culturales en la Convergencia Digital, cuya modificación se propone, ha sido creada por Resolución de este Consejo N° 012/15, junto con su reglamento.

Que en virtud de la modificación propuesta, se agregan TREINTA (30) horas de prácticas de laboratorio tutorizadas a las TREINTA Y DOS (32) existentes, llevando a un total de SESENTA Y DOS (62) horas la asignatura de Laboratorio e incrementando así la cantidad de horas del plan de estudio, que pasan a ser CUATROCIENTAS DIECIOCHO (418).

Que además, en el marco de ajuste propuesto, se discrimina la carga teórica y práctica de cada asignatura.



Que con respecto al Reglamento, se agregan el Artículo 9º: "Coordinador/a Académico/a" y el Capítulo VII: "Sistema de monitoreo y autoevaluación".

Que por otro lado, en el Artículo 17º: "Régimen de asistencia y promoción", se agrega la escala de aprobación y tiempos de presentación de trabajos; y dentro del Capítulo VI: "Trabajo Final de Especialización", se modifican aspectos formales y de orden.

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 Nº 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 Especialización en Industrias Culturales en la Convergencia Digital; conforme a los contenidos y alcances que se detallan en el Anexo I que forma parte integrante de la presente resolución.

ARTÍCULO 2º.- Modificar el reglamento de la Especialización en Industrias Culturales en la Convergencia Digital; conforme a los contenidos y alcances que se detallan en el Anexo II que forma parte integrante de la presente resolución.

ARTÍCULO 3º.- Regístrese, comuníquese, dése la intervención pertinente al Ministerio de Educación, y archívese.

RESOLUCION C.S. N° **018 18**

A handwritten signature in black ink, appearing to read "M. Jozami". Below the signature, the text "LIC. ANIBAL Y. JOZAMI" is printed, followed by "RECTOR" and "UNTREF".

018 18



UNTREF UNIVERSIDAD NACIONAL
DE TRES DE FEBRERO

**CARRERA DE ESPECIALIZACIÓN
EN INDUSTRIAS CULTURALES EN LA CONVERGENCIA DIGITAL**



Junio.2018

A



1. IDENTIFICACIÓN DE LA CARRERA

1.1 DENOMINACIÓN

Especialización en Industrias Culturales en la Convergencia Digital

1.2 UBICACIÓN EN LA ESTRUCTURA ACADÉMICA

Dirección de Posgrados

1.3 NIVEL DE LA CARRERA

Posgrado - Especialización

2. AÑO DE INICIACIÓN DE LA CARRERA

2016

3. CARÁCTER DE LA CARRERA

Continuo – Presencial – Semiestructurado

4. FUNDAMENTACIÓN

En las dos últimas décadas se han experimentado a escala global y local profundas transformaciones en el empleo de la tecnología para la oferta y la demanda de bienes y servicios culturales y creativos. Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) están cada vez más presentes en el conjunto de las industrias culturales y se extienden en la población usuaria, modificando hábitos de consumo y prácticas cotidianas.

El dimensionamiento y caracterización del impacto de lo descrito y sus tendencias emergentes es especialmente relevante en el área, atravesada por la convergencia entre contenidos, redes, plataformas de distribución y aplicaciones tecnológicas. Nuevos dispositivos, canales y actores reconfiguran este campo a nivel global y lo ponen en el centro del cruce entre industrias y actividades de base creativa y medios digitales.

Las nuevas tecnologías de la comunicación, la digitalización y la convergencia, han impactado en toda la cadena de producción de las industrias culturales. La creación, la producción, la circulación y el consumo cultural se encuentran, hoy, inmersos en un cambio de paradigma. Este hecho se suma a la escasa construcción teórica en la temática. Por ello se requiere del desarrollo de nuevos saberes y capacidades para abordar, con herramientas renovadas, los nuevos desafíos planteados.

Las industrias culturales, primariamente definidas por su impacto negativo en el arte y su funcionalidad capitalista debido a su reproducción seriada y su consumo masivo¹, representan el campo de la producción de bienes y servicios culturales con efectos tanto en la economía como en la

¹ Adorno, Theodor W., Horkheimer, Max. *Dialéctica del Iluminismo*, Sudamericana, Buenos Aires, 1987.



construcción de los imaginarios simbólicos. Su importancia se expresa tanto en el ámbito público como en el privado, con características específicas en cada uno de ellos. Por ello, los desafíos ante el nuevo panorama, se inscriben tanto en el campo de la gestión y las políticas públicas, como en el sector de la producción. El primero necesita de estrategias para acompañar un escenario de potencialidades, donde el rol del Estado sigue siendo clave, y los actores productivos demandan una panorámica que oriente su proyección en la producción y en el negocio. La escasa investigación en la temática, impone la construcción de un pensamiento crítico para abordar cuestiones de la gestión pública y privada: sus complejidades, sus debates, contradicciones, sus enfrentamientos, consensos y disensos.

Producción, distribución, nuevas pantallas, nuevas ventanas, nuevos actores, nuevas narraciones, convergencia, multiplataforma, transmedia, nuevos derechos, conforman - todos ellos- un ecosistema donde se dirime gran parte del futuro de estas industrias. Un ecosistema que requiere un corpus de conocimiento que conjugue teoría y práctica; contexto e inserción concreta en el mercado.

El proyecto de Especialización intenta dar respuesta a lo expresado y es el resultado de la experiencia académica que la UNTREF viene desarrollando desde hace seis años con el dictado del Curso de Posgrado “Industrias Culturales, claves para su gestión y Desarrollo”.

El Curso de Posgrado de la UNTREF, desde su inicio, ocupa un rol analítico y crítico de cara al impacto que el sector de estas industrias y de la economía de la cultura tiene en las economías locales y globales. La inserción tardía de las industrias culturales en el diseño de las políticas públicas era la principal preocupación a atender y la explosión conceptual que surgía, de la mano de algunos analistas y organismos internacionales, otro de los temas a aclarar y despejar. Cómo abordar desde lo productivo, en el marco de un mercado concentrado y con fuertes monopolios transnacionales, la puesta en marcha de una empresa de base cultural local era, y continúa siendo, uno de los puntos centrales de formación.

Para dimensionar el sector, en general, a nivel mundial, puede citarse los resultados del informe producido por el BID, Banco Interamericano de Desarrollo², en el que, además de ofrecer datos económicos sobre estas industrias, se las considera vitales para el futuro desarrollo económico, social y humano de nuestra región. Según dicho informe la Economía Naranja (así denominan a las industrias culturales sus autores) representó en el 2005 el 6,1% de la economía global. Si fuera un país sería la cuarta economía mundial, 20% más grande que la economía de Alemania.

En Argentina, las industrias culturales dan cuenta del 3,44% del PBI y el 2,9% de la fuerza laboral nacional. Para dimensionar su escala, la agricultura representa el 4,26% del PBI argentino y el sector de la construcción el 5,68%.³

De acuerdo a la Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD), entre 2002 y 2015 las exportaciones mundiales de bienes y servicios creativos crecieron un 134%.

Retomando, entonces, a la formación ya ofrecida en el curso de posgrado se profundizará, con la propuesta de carrera de especialización que se presenta. En algunas de las materias de la misma se amplían conocimientos sobre nuevos desarrollos y aplicaciones; los desafíos de la propiedad intelectual en el mercado digital; la hibridación de los sectores tradicionales y sus nuevas perspectivas; el desarrollo de proyectos en el marco de la innovación; diseño de análisis e indicadores para evaluar cambios en el consumo y los mercados y para medir y entender los cambios en el mapa

² Buitrago Restrepo, Felipe; Duque Márquez, Iván, *Economía Naranja. Una oportunidad infinita.*, BID, Punto aparte, Bogotá, 2013

³ Datos de SINCA e INDEC, 2011.



de sectores. Todo ello abordado desde la geopolítica que ha impactado en los modos de percibir la cultura, su producción y su estética.

Si bien existen otras experiencias de formación en la temática, detalladas en el punto referido a antecedentes, la propuesta de Carrera de Especialización en Industrias Culturales en la Convergencia Digital se diferencia y agrega valor a lo ya existente con su abordaje desde el punto de vista de los desafíos que plantean la convergencia y la digitalización en la producción y distribución de contenidos, poniendo especial énfasis a la gestión de la innovación y la economía de la cultura. Otro de los puntos principales a destacar de la propuesta es que el cuerpo docente estará conformado por especialistas con amplia experiencia en el campo.

La decisión de denominar a esta Carrera de “**Industrias Culturales en la Convergencia Digital**”, obedece a una clara intención de poner en crisis el concepto de industrias creativas, retomando el de culturales, por la capacidad de este último de acotar sectores de la producción cultural: el audiovisual, musical y editorial. Por otro lado, el término “**Convergencia Digital**” da cuenta de la dinámica que estos mismos sectores experimentan producto de los avances tecnológicos y la digitalización en el campo.

El concepto de industrias creativas que aparece a mediados de los '90⁴ y es difundido en la última década, a nivel global por la UNCTAD y en la región de la mano del British Council, con fuerte impacto en las gestiones locales, incorpora actividades y actores donde lo creativo sea el insumo principal. Nada de ello define características productivas, ni tipo de actores o sus niveles de impacto en el mercado o en el imaginario simbólico. Desdibuja, entonces, un campo de análisis y de gestión que requiere de instrumentos y abordajes bien específicos. Sin embargo, es esa misma especificidad la que se pone en crisis con el advenimiento de la convergencia digital.. A diferencia de las industrias creativas, la convergencia viene a complejizar un entramado productivo de característica industrial dado, entre otras cosas, por su modo de producción en serie. De esta manera industrias culturales, como concepto restringido, se complementa con el de convergencia, aportando este último, reflexiones sobre actualidad, proyección y futuro.

La Convergencia, entonces, es el punto de vista y contexto a tener en cuenta para la reflexión sobre la actualidad y el futuro de las Industrias Culturales. La **Convergencia** es el resultado de la evolución de varias áreas del campo tecnológico debida al desarrollo de la computación y digitalización. Por un lado el área de las telecomunicaciones, en la que se describe con el término la posibilidad de las distintas redes de comunicación de transportar servicios, señales o contenidos similares indistintamente, esto es que los proveedores de servicios de red puedan ofrecer al usuario final tanto contenidos de diversos formatos como servicios de comunicación de voz, datos e imágenes. Por otra parte, en el área del diseño y producción de dispositivos tecnológicos, la Convergencia describe la capacidad de un mismo dispositivo de poder ejecutar diversos servicios; por ejemplo, el poder, mediante el dispositivo teléfono celular, recibir internet, televisión, radio, así como los servicios de comunicación de voz.

En 1997, la Comisión Europea definió el término del siguiente modo:

Convergencia es la capacidad de diferentes plataformas de red de transportar tipos de servicios esencialmente similares, o Convergencia es la aproximación de dispositivos de consumo tales como el teléfono, la televisión y el ordenador personal (CE, 1997)⁵

⁴ El concepto surge en Australia en 1994 con el lanzamiento del Informe “Nación Creativa” por parte del gobierno de aquel país y toma mayor difusión a partir de su aplicación en la gestión pública cultural de Gran Bretaña desde 1997.

⁵ Libro Verde sobre la convergencia de los sectores de telecomunicaciones, medios de comunicación y tecnologías de la



La Convergencia es un proceso en pleno desarrollo y evolución. En el caso de la Carrera de Especialización propuesta, se abordarán las implicaciones que esas innovaciones tecnológicas tienen sobre las Industrias Culturales. La Convergencia impacta directamente sobre los modos de producción tradicionales y, además, sobre el consumo de bienes y servicios culturales. Estos últimos dos puntos, la producción y el consumo son de vital importancia para comprender y diseñar nuevas formas de crecimiento y accesibilidad a los contenidos culturales.

La convergencia está reconfigurando el protagonismo de quienes fueron los principales actores tradicionales de la producción cultural: discográficas, editoriales y productoras de cine y televisión. Emergen nuevos actores cuya presencia se torna cada vez más importante, no solo en el negocio, sino también en la construcción de los nuevos dispositivos de intermediación cultural. Un ejemplo claro de ello es el impacto que los dispositivos móviles tienen en la cotidianidad de los consumos culturales⁶.

Algo similar sucede en el sector audiovisual con la aparición de plataformas de circulación de contenidos que ganan, día a día, nuevos usuarios, involucrando a nuevos operadores en el campo, como los proveedores de internet o las empresas de servicios de video bajo demanda en internet⁷, modificando los hábitos de consumo cultural. La aceleración de estos cambios es tal que se impone la necesidad de investigar y reflexionar acerca de las nuevas cartografías y mapas en la temática para entender su contemporaneidad y su proyección .

La creciente velocidad en la adopción y renovación de tecnologías es clave para comprender el momento actual y el desafío que esto implica para la producción de contenidos culturales y su distribución. Conviene observar, a modo de ejemplo, que se necesitaron 35 años de comercialización para que la cuarta parte de los hogares de Estados Unidos tuviera un teléfono. A la televisión le tomó 26 años; a la radio, 22; a los computadores, 16; a Internet, 7; a Gmail, Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, y la memoria virtual en la nube, un par de años. Así mismo, a la radio le tomó 38 años alcanzar una audiencia de 50 millones de personas en el mundo; a la televisión le tomó 13; a Internet, 4; al iPod, 3; a Facebook, 2.

Otro aspecto a destacar en la propuesta de esta Carrera es que si bien tiene como objetivo ampliar aspectos teóricos de la temática descripta, también, y por sobre todo, busca fortalecer la inserción de la UNTREF en el mercado y el sistema productivo y social mediante instancias de laboratorio para el desarrollo de proyectos y productos y proponiendo un intercambio profesional con instituciones, emprendedores y empresas de referencia. Todo ello marca un perfil de carrera que colaborará con la profesionalización de un sector que requiere de actualización permanente. La posibilidad de incorporar en el futuro su dictado virtual cubrirá una amplia demanda que traspasa lo local.

información y sobre sus consecuencias para la reglamentación. En la perspectiva de la sociedad de la información, Comisión Europea, COM (97) 623, Bruselas, diciembre de 1997.

⁶ Sirva de ejemplo que el tráfico global de datos en dispositivos móviles crecerá tres veces más rápido que el de las redes cableadas, del 2013 al 2018. Este tráfico que era en el 2013 el 3% del tráfico total mundial de internet será el 12% del tráfico mundial en 2018. Fuente: Cisco Visual Networking Index: Forecast and Methodology, 2013–2018 (2014).

⁷ Netflix es un ejemplo de este fenómeno. En los tres años de presencia en Latinoamérica, desde 2011, la compañía ha logrado alcanzar cinco millones de suscriptores, destacando que ese mercado presenta uno de los índices más importantes de crecimiento (Fuente: Netflix). En Argentina el servicio cuenta con 310.000 abonados, y la cantidad se duplica anualmente. Ver: <http://www.lanacion.com.ar/1712946-netflix-ya-tiene-los-50-millones-de-abonados-en-todo-el-mundo>



5. FUNDAMENTACIÓN INSTITUCIONAL

La UNTREF está claramente identificada con el desarrollo del campo cultural y ello, es así, no sólo desde el punto de vista de su propuesta de formación, sino también, desde su experiencia en gestión, producción e investigación.

A sus Licenciaturas en Gestión del Arte y la Cultura, Artes Electrónicas, Artes del Circo y Música, entre otras, se suman carreras de Posgrado -de Especialización y Maestría- en el campo, tales como la Especialización en Gestión de la Tecnología e Innovación, Especialización y Maestría en Curaduría en Artes Visuales, la Maestría en Creación Musical, Nuevas Tecnologías y Artes Tradicionales, la Maestría en Tecnología y Estética de las Artes Electrónicas, la Maestría en Escritura Creativa, y el Doctorado en Teoría Comparada de las Artes, entre otras propuestas.

Los institutos de investigación de la UNTREF también dan cuenta del interés de la universidad por generar nuevos conocimiento en el campo cultural, generando espacios de divulgación para especialistas tanto locales como internacionales; entre otros institutos mencionaremos el de Artes y Ciencias de la Diversidad Cultural, el de Arte y Cultura, el Centro de Políticas Culturales Patricio Lóizaga -desde donde se coordina la publicación *Indicadores culturales*- o el Neo TV Lab (Laboratorio de Nuevas tecnologías aplicadas a la Televisión). A ellos se suman los espacios de exhibición y promoción artística como el MUNTREF Artes Visuales, el MUNTREF Centro de Arte Contemporáneo, el MUNTREF Museo de la Inmigración y el MUNTREF Arte y Ciencia. A esta política de gestión se suma la programación del Espacio Xirgu.

La UNTREF cuenta también con espacios de producción vinculados a las industrias culturales en línea con esta propuesta de Especialización en Industrias Culturales y Convergencia: UNTREF Media -productora audiovisual-, el sello discográfico (UNTREF Sonoro) y la editorial universitaria (EDUNTREF). Se destacan también CONTINENTE, el centro de investigación y desarrollo de proyectos vinculados a las artes audiovisuales, organizador de la Bienal de la Imagen en Movimiento (BIM) y el Laboratorio de Arte Electrónico e Inteligencia Artificial, que trabaja la interconexión entre arte y ciencia.

Esta línea de producción ha tenido su correlato de formación en el Curso de Posgrado de Industrias Culturales. La creación de una Especialización en Industrias Culturales y Convergencia, con la posible proyección futura hacia una Maestría en Innovación e Industrias Culturales, complementará e integrará de manera abarcadora estas ofertas culturales generando sinergia y profundizando el aporte que la Universidad, con sus áreas de formación y producción, brinda para el desarrollo económico y social de nuestra sociedad.

Cabe mencionar, en este sentido, algunos antecedentes en los que el curso de Posgrado en Industrias Culturales ha realizado, en conjunto con otras áreas de la propia Universidad o con instituciones por fuera de ella, investigaciones y seminarios. Algunos ejemplos de ellos son:

- Jornada “*Interactividad y multiplataforma en la Televisión Digital*” organizada en conjunto con el Neo TV Lab, Junio del 2012.
- Clase Magistral de Jeff Gómez, CEO de Starlight Runner Entertainment, “*Transmedia: universos de historias y negocios*”, organizado en conjunto con Neo TV Lab, la Maestría en Tecnología y Estética de las Artes Electrónicas de la UNTREF y Ultra Cine, Abril de 2013.
- Investigación: “*Televisión Digital Interactiva. Desarrollo y perspectivas.*” Realizada con equipos del Posgrado en Industrias Culturales, del NeoTVLab y del Instituto de Capacitación en Televisión (ICT), 2013.



- Investigación: "*Convergencia y nuevos contenidos audiovisuales*". Estrategias desarrolladas y resultados obtenidos por las productoras de contenidos en la Ciudad de Buenos Aires. El trabajo integró equipos de investigación del Observatorio de Industrias Creativas del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y de NeoTVLab y el curso de Posgrado en Industrias Culturales de la UNTREF, 2013.
- "*Industrias Creativas del Futuro Próximo*". Capacitación llevada a cabo, en el 2014, con el Centro de Producción Digital dependiente del Instituto Cultural de la provincia de Buenos Aires. Este curso tuvo una convocatoria de más de 200 emprendedores culturales de toda la provincia.

En otro orden, y retomando la trayectoria de la Universidad en materia de formación cultural, puede sumarse las acciones realizadas desde el área de Extensión Universitaria. Así encontramos el dictado de cursos como Marketing, Comercialización y Gestión de Ventas I, Guion Cinematográfico y Dramaturgia Teatral, Realización de Cine Nivel Inicial, Realización de Cine Nivel II, Introducción al Diseño Audiovisual, Efectos Visuales para Cine y Videos, Gestión Comunicativa de actividades sociales, artísticas y culturales; y el Taller de producción oral y escrita, entre otros.

Se considera, entonces, que las acciones desarrolladas desde el curso de Posgrado en Industrias Culturales de la UNTREF, consolidan y refuerzan esta propuesta de creación de la Especialización en Industrias Culturales y Convergencia, pudiendo vislumbrarse futuras alianzas, sinergias y trabajos conjuntos con otras áreas de la Universidad y con organismos e instituciones por fuera de ella.

6. ANTECEDENTES

A nivel **Internacional** podemos destacar las siguientes carreras o posgrados:

En Iberoamérica, el Máster en Gestión de Industrias Culturales y Creativas, y el Diplomado de Especialista en Industrias Culturales y Creativas de la UNED (Universidad Nacional de Educación a Distancia) y Fundación Alternativas -Madrid, España-; ambas propuestas académicas desarrollan en profundidad, especialmente el campo teórico conceptual de las industrias culturales y sus sectores.

El Máster Universitario en Gestión y Dirección de Industrias Culturales de la Universidad Europea Miguel de Cervantes y Fundación Iberoamericana de las Industrias Culturales y Creativas de España, en modalidad de educación a distancia virtual.

El Máster en Economía Creativa, Gestión Cultural y Desarrollo de la Universidad Rey Juan Carlos – Madrid, España-, con una marcada orientación hacia el tema de las ciudades creativas y el desarrollo local.

La Maestría de Industrias Culturales y Creativas del King's College de Londres en Inglaterra, país con una enorme experiencia en lo que al desarrollo y el estudio de las industrias culturales se refiere. Esta materia cuenta con un programa multidisciplinario enfocado hacia las industrias creativas, articulando con Instituciones como Tate Modern, Southbank Centre and the British Film Institute.

Podemos mencionar también, la Maestría de Industrias Creativas de la Universidad de Queensland en Australia. Ésta combina el talento creativo junto a un enfoque más empresarial de las industrias creativas y se orienta en tres especialidades: Creative Industries (Interdisciplinary), Creative Production and Arts Management e Interactive and Visual Design. Sus programas se centran en desarrollar habilidades creativas, de emprendimiento, de innovación y de investigación acorde a las transformaciones del campo profesional actual en torno a las industrias creativas.

Entre las ofertas académicas que existen en **nuestro país** podemos destacar la Maestría en Industrias Culturales: Políticas y Gestión de la Universidad Nacional de Quilmes, enfocada a los temas de

AN



Comunicación y Cultura.

Destacamos también la experiencia de la Especialización en Administración de Organizaciones en el sector Cultural y Creativo y la Maestría en Administración de Organizaciones en el sector Cultural y Creativo de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires (UBA), que, tal como indican sus nombres, están orientadas a la administración de organizaciones de la cultura.

La Carrera de Especialización en Industrias Culturales en la Convergencia Digital propuesta se distingue de las experiencias académicas descriptas, hasta aquí, por su inserción en el campo de la producción y el mercado. Apunta, en este sentido, a la formación profesional de actores que se desempeñen tanto en el terreno de las políticas públicas como en el sector privado y dando preponderancia al estudio y análisis de los fenómenos que produce el impacto de las nuevas tecnologías en este ámbito. Estos desafíos inéditos para el campo cultural serán abordados con herramientas teóricas y, muy especialmente, desde las experiencias de laboratorio con la intención de que las mismas den como resultado -además de nuevos aportes académicos- estudios de mercado, desarrollo de proyectos o productos concretos. Todo ello representará un entrenamiento permanente para la adaptación a nuevos contextos, tecnologías y modelos de negocio.

7. OBJETIVOS DE LA CARRERA

- Contribuir en la profesionalización de los actores culturales para la gestión, desarrollo y administración de industrias culturales y emprendimientos creativos en el marco de la convergencia.
- Desarrollar pensamiento crítico, conocimiento y estudios en el campo de las Industrias Culturales.
- Brindar herramientas para diseñar nuevas estrategias de desarrollo tanto desde el punto de vista de la producción como de las ventanas alternativas de comercialización y distribución.
- Abordar el impacto de los derechos de autor en los nuevos modelos de negocios.
- Explorar el mercado digital desde el punto de vista de la producción y de la circulación de bienes simbólicos y culturales.
- Dotar de competencias para el desarrollo de interpretaciones de los sistemas de información cultural, así como contribuir al desarrollo de nuevos indicadores capaces de interpretar una realidad marcada por la convergencia de medios.
- Promover el entrenamiento en ámbitos de negociación de cara al mercado interno y al desarrollo del mercado externo.

8. TÍTULO QUE OTORGA LA CARRERA.

Especialista en Industrias Culturales en la Convergencia Digital.

9. PERFIL DEL TÍTULO (O DEL EGRESADO).

Como se ha señalado, el objetivo principal de la especialización es formar profesionales capaces de intervenir en el desarrollo y gestión de los diferentes sectores que componen las Industrias Culturales para generar investigación, emprendimientos, servicios y bienes con base en la cultura y la creatividad.

A7



Así, quien egrese de la Especialización en Industrias Culturales en la Convergencia Digital, será apto para diseñar y gestionar políticas públicas, gerenciar proyectos de los sectores que componen las industrias culturales y de contenido, y para llevar a cabo consultorías y tareas de administración en el ámbito empresarial de la cultura.

Los egresados tendrán aptitud para:

- desarrollar emprendimientos culturales de carácter autónomo.
- resolver problemas que el universo digital impone al ámbito cultural y productivo.
- Desarrollar un pensamiento innovador en el marco de la economía del conocimiento.
- gestionar la creación, producción, difusión y distribución de productos, bienes y servicios culturales pensados para la convergencia de medios y el mundo digital.

Asimismo, conocerán:

- lógicas y particularidades del ecosistema cultural y los actores que lo componen.
- metodologías para coordinar, diseñar, producir, gestionar y evaluar distintos proyectos relacionados con las industrias culturales desde el sector privado.
- mecanismos para coordinar, diseñar, producir, gestionar y evaluar distintos proyectos relacionados con las industrias culturales desde el sector público.
- aspectos legales para poder operar en los distintos sectores de las industrias culturales.
- las agendas políticas de organismos nacionales e internacionales de financiamiento de la cultura para solicitar y gestionar fondos.
- experiencias y procedimientos para negociar bienes y servicios culturales en el mercado nacional e internacional.
- diferentes herramientas e indicadores para el análisis de sistemas de información y consumo de contenidos y productores de las Industrias Culturales.
- lineamientos de economía y administración que le permitirán analizar el mercado de bienes cultural.
- aspectos de la comunicación y el marketing para la promoción de producciones culturales.

10. REQUISITOS DE INGRESO A LA CARRERA.

Los ingresantes deben poseer Título de grado universitario o terciario según lo establece la ley y normativa vigente, provenientes del campo de la economía cultural y creativa, las humanidades, sector audiovisual, editorial, de la música, del diseño, entre otras disciplinas.

Pueden ingresar alumnos titulados en las siguientes disciplinas o áreas de conocimiento:

- Ciencias de la Comunicación y Comunicación Social.
- Economía.
- Administración de empresas.
- Derecho.
- Cinematografía. Cine y Televisión. Imagen y Sonido.



- Diseño.
- Letras.
- Música.
- Ciencias Sociales.
- Publicidad. Marketing.
- Comercio Exterior.

Requisitos de admisión:

- Título de grado universitario o Título terciario de carreras al menos cuatro años de duración, según lo establece la ley vigente y la normativa institucional de la UNTREF.
- Presentación de la Solicitud de Admisión, Título y Certificado Analítico de Estudios (original y fotocopia, legalizado por el Ministerio de Educación), DNI (original y fotocopia), Currículum Vitae, 3 (tres) fotos carnet.
- Realización de una entrevista de ingreso.

El Comité Académico de la Carrera podrá evaluar solicitudes de admisión de profesionales con formaciones diferentes a las previstas y establecer prerrequisitos de cursado en los casos de aspirantes que se considere necesario.

Asimismo, podrán solicitar admisión aquellos interesados que no cumplan con los requisitos mencionados anteriormente, según lo establece la ley vigente. Para ello, se procederá según lo establece la normativa institucional de la UNTREF (Res. CS 03/02).

11. ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS.

La Carrera de Especialización en Industrias Culturales en la Convergencia Digital se dictará en un año y medio -3 (tres) cuatrimestres-, y su duración será de 418 horas. Está integrada por 13 asignaturas (con un total de 332 horas), un laboratorio (62 horas) y 2 seminarios (por un total de 24 horas), con modalidad presencial.

Para obtener el título de la Carrera deberán aprobarse la totalidad de las actividades curriculares previstas en el Plan de Estudios y un Trabajo Final.

Para presentar el Trabajo Final para su evaluación, es necesario tener cursadas y aprobadas la totalidad de actividades curriculares del Plan de Estudios.

A
2



12. PLAN DE ESTUDIOS.

Cuatr	Cód.	Asignatura	Carga horaria Total	Prácticas	Teóricas
I	01	Introducción a las Industrias Culturales.	32	10	22
	02	Sectores de las Industrias Culturales y sus problemáticas	36	9	27
	03	Ecosistema Cultural, Teorías Estéticas y Producción Creativa	24	8	16
	04	Diseño y desarrollo de proyectos	24	12	12
	05	Diseño y análisis de políticas públicas	24	20	4
II	06	Convergencia en las industrias culturales	24	12	12
	07	Economía de la cultura y sistemas de la información	24	8	16
	08	Métodos de Investigación. Abordajes y enfoques para el estudio de las Industrias Culturales	24	8	16
	09	Propiedad intelectual y Gestión de Derechos	24	12	12
	10	El comercio internacional en las industrias culturales.	24	8	16
III	11	Dinámicas de la Innovación y el Conocimiento	24	8	16
	12	Comunicación: Estrategias y herramientas	24	6	18
	13	Taller de producción del Trabajo Final	24	8	16
	14	Laboratorio	62	30	32
	15	Seminario 1	12	4	8
	16	Seminario 2	12	4	8
-	17	Trabajo Final	-	-	-
<i>Total</i>			418	167	251

13. CONTENIDOS MÍNIMOS DE LAS ASIGNATURAS

1) *Introducción a las Industrias Culturales*

Desarrollo teórico de las industrias culturales. Evolución conceptual. Escuela Crítica de Frankfurt y su visión negativa. Debates entre la economía y la cultura sobre el abordaje a este sector. El nuevo mapa que presenta el concepto de industrias creativas y sus implicancias. El concepto de industrias culturales y su vigencia. Políticas y su vinculación con el campo de negociaciones locales e internacionales. La cultura como sector productivo. Introducción a la economía de la cultura. La



cultura como recurso exportable. Globalización y transnacionalización en la cultura. Emergencia del concepto de Diversidad cultural y su impacto en la cultura y en las negociaciones comerciales. Gestión pública y privada. Nociones básicas de propiedad intelectual. Digitalización de Contenidos. Nuevo paradigma de la Cultura digital. Desafíos. Nuevos actores. Nuevos soportes. Nuevos modelos de negocio. Nuevas lógicas de producción, percepción y comunicación en Internet. Redes y Comunidades creativas.

2) Sectores de las Industrias Culturales y sus problemáticas

Las industrias culturales como sistema de interrelación entre distintos sectores profesionales y de mercado. Descripción y análisis de los distintos sectores y sus especificidades. Historia. Cadena de valor. Actores involucrados. Mercados. Financiamiento. La convergencia de los sectores culturales. Estrategias de desarrollo. Nuevos desafíos en el entorno digital. Principales actores de la industria tradicional:

- Editorial
- Música
- Audiovisual. Cine. Televisión analógica y digital.

3) Ecosistema Cultural, Teorías Estéticas y Producción Creativa

Contexto. Las ciencias sociales y la cultura. El concepto de cultura y su evolución. La cultura de masas. La cultura popular. El multiculturalismo. Cambio cultural. Modernidad y posmodernidad. La modernidad en Latinoamérica. La construcción de ciudadanías. Hegemonías, heterogeneidad y globalización. Lo *glocal*. Cultura *mainstream*. Estética y estudios histórico-artísticos. Procesos identitarios. Diferencia y diversidad. Cultura y Nación. Los sujetos colectivos. Cultura, arte y memoria. El sujeto y la cultura. El psicoanálisis y la cultura. El rol del lenguaje como sistema de definición de la producción cultural. La interrelación entre cultura y narración. Las narrativas como constructoras de identidad. Las vanguardias. Las vanguardias latinoamericanas. La contracultura. Activismo social y artístico. El arte electrónico. El arte digital. El software y la influencia sobre la cultura contemporánea. Cultura, economía y mercado. Los procesos de producción, circulación y consumo de bienes culturales. Lo clásico, lo duradero, lo efímero, lo nuevo y lo original. Las reglas del arte en el marco de la economía capitalista. El valor de la obra de arte. Lo intangible. Desigualdad en el acceso a los bienes culturales. Los Medios. El sistema de medios como creador de sentido cultural y reproducción cultural. La imagen: su creación y discurso. Historia de la producción audiovisual. Procesos de producción de imágenes y su influencia en el ámbito cultural. De la fotografía química al píxel. El sonido. El registro sonoro. La radio. La música y la oralidad. La complejidad discursiva del hecho sonoro. La ciudad como dispositivo cultural. Intervenciones urbanas. Sociedad del espectáculo. Entretenimiento, Ocio y Cultura. La Performance. Teatro, danza, música. El evento y sus dinámicas. El evento como legitimador cultural: festivales, exhibiciones, ferias. El discurso científico y la cultura. Perspectivas de futuro. Construcción del imaginario. Utopías.

4) Diseño y desarrollo de proyectos

Particularidades del entorno digital para desarrollar un proyecto. La importancia de la Innovación como marco conceptual de desarrollo. Concepto y definición de proyecto. Ciclo de vida de un

Ay



proyecto. Preparación de un proyecto: estudio de mercado, técnico, legal, financiero y organizacional. Criterios de evaluación de proyectos. Plan de negocios. Definición del alcance. Planificación operativa. Definición de tiempos, recursos, costos, riesgos y calidad. Herramientas para su planificación y gestión. Monitoreo, seguimiento y control de proyectos. Nuevos productos y nuevos proyectos: aplicaciones, dispositivos, licencias, formatos.

5) Diseño y análisis de políticas públicas

Estado. La gestión pública. Gobierno. Tiempos técnicos y tiempos políticos. La importancia del diagnóstico para llegar a una agenda estratégica. Agenda pública y agenda de gobierno. Como impacta en las políticas públicas el entorno digital y la red de redes. Roles y funciones en la organización pública. La burocracia. Organización. Los circuitos administrativos y sus lógicas. La administración pública de la cultura y sus múltiples niveles y organismos.. Corpus de la legislación cultural argentina. Presupuesto. Formulación presupuestaria. La ejecución del presupuesto. Sistema de compras y contrataciones. Descentralización. Flujo de información entre organismos y áreas. Control de gestión. Indicadores. El contexto global. Organismos internacionales. Políticas de exportación y comercio regional. Agendas regionales y de integración. Las políticas culturales y su relación con el sector privado. Clúster. Cadenas de valor. Articulación con actores culturales. Presión de grupos de interés y opinión pública. La matriz de actores participantes en políticas públicas culturales. Metodología para la concertación de actores. Relevamiento de expectativas y demandas ciudadanas. Estudio de casos.

6) Convergencia en las industrias culturales

Pensamiento utópico y determinismo tecnológico: la ambivalencia del progreso técnico, la aldea global y la Sociedad de redes. La Convergencia o la nueva utopía tecnológica. El proceso Convergente. Las lógicas de la convergencia. Impacto en las lógicas sectoriales de las Industrias Culturales. Modelos de convergencia. Factores que reconfiguran las Industrias Culturales en la Convergencia: las regulaciones y habilitaciones, la crisis de las mediaciones, la Sociedad de Minorías, la desintermediación, la cultura participativa y la (des)territorialización. Transmediatización: nuevas experiencias de consumo cultural. Cultura 2.0: el concepto *peer-to-peer*, la (no) equipotencialidad de la red y el imaginario de la democratización. Implicancias de la Cultura del fan: contenidos de usuario, cocreatividad diferida y “gratuidad”. La teoría del excedente cognitivo. La teoría del generoso compartir. La cultura “remix”: cultura “blanda”, abierta y compartida. Las Industrias Culturales en la virtualidad. Diversidad y segmentación: el auge de los nichos. Incidencia de los nuevos actores sociales en la cadena de valor. Los paradigmas de transición convergente en los sectores de las Industrias Culturales. Nomadismo tecnologizado: ubicuidad, cuarta pantalla y viralización de los contenidos culturales. Los contenidos multiplataforma. Transmedia: criterios transmediales (narrativos, estéticos y tecnológicos) para la creación y producción de bienes y servicios culturales.

7) Economía de la cultura y sistemas de información

La economía de la cultura como disciplina incipiente. Características. Evolución hacia los conceptos de Economía Creativa, Economía del Conocimiento, Economía Gratuita, Economía Líquida, Economía Naranja, Economía de la Colaboración. Mercado. El concepto de la larga cola y el consumo de nicho. Financiamiento cultural y nuevos modelos del entorno digital: financiación masiva

A
A



(crowdfunding) y estrategias en la red. Sistemas de información cultural. Su vinculación con nuevas orientaciones en las políticas públicas culturales. Sistemas e instituciones de medición en Argentina y el mundo. Estudios internacionales de referencia: UNESCO, BID, Observatorios Culturales. La importancia de construir indicadores adecuados al entorno cultural. La medición de la economía de la cultura y de las industrias culturales. Cuenta satélite. Estudios de mercado. Herramientas de diagnóstico. Los desafíos e implicancias del entorno digital en el relevamiento e investigación del campo cultural. La complejidad de la medición del impacto social de la cultura.

8) Métodos de investigación. Abordajes y enfoques para el estudio de las industrias culturales

La investigación científica: supuestos ontológicos, epistemológicos y metodológicos. Discusión en torno del método y la metodología. Problemas actuales de la “objetividad” en ciencias sociales y en el campo de los estudios culturales. Reticencias frecuentes del sentido común en el abordaje científico de objetos culturales. El oficio de investigar: El carácter relacional de la investigación científica. El carácter derivativo, relacional y dialéctico del conocimiento científico. La generación de conocimientos nuevos. Acceso a las fuentes de información.

Posicionamientos del investigador. Tipos básicos de investigación: Exploratorias descriptivas, explicativas. Bibliográfica, documentales o de campo. El diseño y proyecto de investigación. Etapas del plan o diseño. Seleccionar temas y recortar problemas en investigación. Documentación del problema: búsqueda bibliográfica y estado del arte en investigación. Relevancia del problema de investigación. Justificación. Los instrumentos en la investigación: encuestas, entrevistas, grupos focales. La relación de los instrumentos con el problema y el objeto a investigar. Estrategias cualitativas de investigación: historias de vida, análisis del discurso, estudios comparativos, narrativas. Análisis y diseño de entrevistas en profundidad. Construcción y análisis de indicadores culturales. Construcción y Análisis de la matriz de datos. Elementos fundamentales del muestreo.

Estudios longitudinales. Los estudios e investigaciones en Argentina y la región. La escritura como transformación del conocimiento.

9) Propiedad Intelectual y Gestión de Derechos

Derecho de autor. Objeto. Contenido. Titularidad. Plazo de protección. Formalidades. Transmisión. Observancia. Entorno analógico y digital: semejanzas y diferencias. Protección del derecho de autor y de los derechos conexos en el entorno digital (nuevos derechos y prestaciones, problemática específica). Perspectiva general de los problemas (modelos). Respuestas dadas hasta la fecha (USA, UE, Canadá, Japón, Australia, Argentina, Chile, Brasil, Colombia). Legislación, doctrina y jurisprudencia. Comercio internacional (e-commerce): Tres problemas jurídicos de amplio alcance que plantea la propiedad intelectual en Internet. a) Entorno sin papel: Contratos electrónicos- gestión automatizada; b) Internet: jurisdicción y derecho aplicable (ámbito global jurisdiccional); y c) Tecnología digital y problemas de aplicación. El futuro del derecho de autor. El problema de las infracciones y la compatibilidad de sistemas operativos para un nuevo entorno de consumo de productos culturales (contenidos). Replantear el papel de los intermediarios de servicios en Internet (buscadores, anunciantes, agentes financieros, y otros actores del comercio electrónico). ¿Cómo proteger a las industrias productoras de contenidos? ¿Cómo lograr una mayor participación en un mercado dominado por las TICs? Gestión automatizada de derechos, estandarización de modelos operativos sensibles al consumidor y funcionales al productor. Modelos alternativos de financiación de la cultura del siglo XXI. Los nuevos desafíos.

A7



10) El comercio internacional en las industrias culturales.

La cultura en el marco de las negociaciones económicas internacionales. Diversidad cultural y excepción cultural. Tratados internacionales y reservas. La Organización Mundial del Comercio (OMC). Análisis, funciones y políticas. Argentina en las negociaciones internacionales en materia cultural. La circulación de los bienes culturales. Lo global y lo local. Lo local y lo regional. El comercio global de bienes y servicios culturales: estado del arte, datos estadísticos. ¿De qué volúmenes hablamos? El comercio mundial y el comercio Sur-Sur. Crecimiento y desafíos. El comercio exterior argentino: balanza comercial. Impo y Exportaciones. Matriz exportadora y desafíos de ampliarla con productos con mayor valor agregado, industrias limpias y de contenidos, con fuerte valor simbólico. Relación entre lo Global y lo Local. Lo local y lo regional en un contexto absolutamente globalizado: ¿cómo nos insertamos? ¿Cómo nos diferenciamos? ¿Cómo nos integramos? La identidad en la diversidad. Bloques regionales como alternativa a la globalización. La circulación regional de bienes culturales. Comercialización internacional. Comercio de bienes y comercio de servicios culturales. Particularidades y modalidades. Aspectos formales. La Promoción Internacional: plataforma de negocios para los bienes culturales y generación de oportunidades. Descripción. Objetivos. Definición de la herramienta a utilizar. Herramientas de promoción: Ferias, Mercados, Festivales, Rondas y misiones comerciales, Agendas de negocios y otras acciones.

11) Dinámicas de la innovación y el conocimiento.

Caracterización general de las dinámicas de innovación en las pequeñas y medianas empresas en la Argentina. La innovación en las industrias creativas. Análisis de diferentes trayectorias de innovación exitosas en empresas con una mejor inserción competitiva en los mercados. Diferentes procesos de aprendizaje, modelos de innovación en productos y procesos, utilización de capacidad es de instituciones estatales y consolidación de modelos de gestión de la tecnología. Construcción de nichos de mercado y generación de estrategias de crecimiento basada en la combinación de servicios. Caracterización general de la economía de la innovación, del cambio tecnológico y de la economía del conocimiento. La relación entre economía y tecnología. Modelizaciones de la innovación: modelos lineal e interactivo de innovación. El entorno amigable de la firma y el ambiente de la innovación: el medio innovador, el territorio, la aglomeración empresaria y la sinergia como elementos fundamentales. Los ambientes y ecosistemas de innovación y emprendimiento: distritos y áreas de innovación y creatividad, parques y polos tecnológicos e incubadoras de empresas.

12) Comunicación: Estrategias y herramientas

Ecosistema de la comunicación actual: aceleración, digitalización y complejidad exponencial. Medios tradicionales y medios nuevos: reemplazos y solapamientos. Circulación de contenidos; legitimación y consumo; construcción de agendas. El contenido como mercancía. Imagen y percepción. Concepto: marca, memoria y mística. Branding: la gestión marcaria como construcción de una diferencia. Productos y servicios en un mercado de marcas. Marca y creación de valor. Público: códigos y competencias culturales. Definición de públicos y construcción e interpretación de estudios de mercado y opinión. Estrategia de medios y canales. Ocaso de la publicidad tradicional y nuevas alternativas. Diseño de experiencias. Herramientas y plataformas digitales de difusión y distribución de contenidos. Cultura corporativa y comunicación interna. Medición de las acciones y análisis de resultados. Conceptos claves de la comunicación online: comunicación integral, importancia de los

A
F



contenidos, difusión en medios sociales. La comunicación de organizaciones y marcas en las ~~redes~~ sociales.

13) Taller de producción del trabajo final.

Espacio de orientación y tutoría del trabajo final. Intercambio de borradores individuales. La importancia de la escritura intermedia. Trabajos cruzados entre los alumnos con vistas al producto final. Escribir para difundir y escribir para comprender. Espacio virtual y presencial de ajuste de contenidos. Revisión de las normas de citación bibliográfica. Planificación y cronograma de entregas.

14) Laboratorio

El espacio de laboratorio consta de 62 horas totales de las cuales se conforman con 32 hs. presenciales y 30 horas en prácticas de laboratorio tutoriadas permitirá desarrollar la práctica de los conocimientos adquiridos en el resto de las materias y seminarios dictados. Se trabajará sobre proyectos ya sea generados por los alumnos de manera individual o grupal, o seleccionados de propuestas que surjan de los convenios que puedan establecerse con otras instituciones, de modo tal que se puedan diseñar y producir proyectos con un destino y ejecución específica para organismos públicos, empresas privadas, instituciones educativas, u otros interesados en contar con la colaboración del laboratorio para la concreción de un proyecto. Este espacio de laboratorio pondrá especial atención a la fundamentación, registro y publicación de los procedimientos llevados a cabo en cada uno de los proyectos que se consideren. La investigación de los fenómenos de las industrias culturales será uno de sus principales puntos de interés. Asimismo, el laboratorio también podrá colaborar con la elaboración de proyectos llevados adelante por la misma universidad en relación con otras áreas académicas o de producción de la misma.

Objetivos:

- Desarrollar trabajos de investigación, a partir del análisis de las distintas industrias y sus problemáticas inherentes.
- Desarrollar trabajos de investigación, a partir del análisis de las distintas industrias y sus problemáticas inherentes para mejorar el desempeño de intercambio comercial con otros países y regiones.
- Diagnosticar problemáticas para la gestión de proyectos de base cultural desde la gestión pública.
- Diagnosticar problemáticas para la inserción de proyectos de base cultural nacionales en otros mercados.
- Diseñar, armar y gestionar distintos proyectos relacionados a las industrias culturales desde el sector privado.
- Diseñar, armar y gestionar distintos proyectos relacionados a las industrias culturales desde el sector público.
- Investigar los flujos comerciales culturales y sus características con el fin de potenciar el perfil exportador de los proyectos desarrollados por los alumnos de la Carrera de Especialización.
- Fomentar la vinculación con empresas culturales e instituciones nacionales de gestión y

A
f



promoción de la cultura para contribuir al diseño, producción y gestión de proyectos que apunten a mercados internacionales.

- Analizar casos de éxito dentro de los distintos sectores de las industrias culturales.

15 y 16) Seminarios

Los alumnos deberán acumular 24 horas de asistencia a seminarios de actualización temática.

Se realizarán convenios con otras instituciones educativas, organismos y empresas para diseñar seminarios de actualización de conocimientos y prácticas de las Industrias Culturales o sus sectores particulares.

Estos son, a modo de ejemplo, algunos de los seminarios que podrían llevarse a cabo:

Seminario 1

Seminario de Narrativas Transmedia en las Industrias Culturales. Procedimientos de diseño y realización de proyectos con perspectiva Transmedia. Desarrollos teóricos. Estudio de casos.

Objetivos

- Ampliar los conocimientos teóricos sobre las nuevas narrativas transmedia.
- Desarrollar conocimientos de producción y diseño de proyectos transdisciplinarios considerando las exigencias tecnológicas de las distintas plataformas de distribución.
- Incorporar habilidades y aptitudes para la adecuación y rediseño de proyectos de un sector específico para su difusión, distribución y comercialización en otros medios o sectores.

Seminario 2

Seminario de Estudios de público, de consumos culturales y de tendencias. Método y estudios orientados a indagar las formas, los hábitos y las prácticas de consumo cultural, tanto desde el ámbito público como privado. Análisis crítico de los indicadores utilizados. Estudio de casos.

Objetivos

- Acercar conocimiento sobre los métodos de medición y tendencias de los estudios de hábito y consumo cultural.
- Repasar estudios sistemáticos realizados a nivel nacional y otros casos de referencia a nivel internacional
- Brindar herramientas para la vinculación entre los estudios de hábito y consumo con la definición de las estrategias de comunicación de cualquier iniciativa en el campo.

Seminario 3

Seminario de Políticas Culturales en un Contexto de Integración Regional. Políticas públicas de la escala nacional o sub-nacional a la regional y global. Cómo intervienen los grandes actores de la globalización en la construcción de políticas culturales y las estrategias para garantizar la diversidad.

Objetivos

A
f



- Incorporar conocimientos y herramientas de análisis sobre los procedimientos e instrumentos construidos para garantizar la diversidad cultural en el contexto de la globalización.
- Asimilar estudios de caso de distintas experiencias locales o regionales y la forma en la que logran transferirse a otros lugares o contextos.
- Analizar la dimensión regional de las políticas culturales en experiencias como las del MERCOSUR y la Unión Europea y el papel de los distintos organismos internacionales en su construcción.

17) Trabajo Final:

El trabajo final tiene como objetivo que el alumno pueda expresar su capacidad para integrar lo dictado a lo largo de la Carrera. Dado los ámbitos de inserción a los que aplican las asignaturas cursadas, el Trabajo Final estará orientado, dentro del campo de las industrias culturales y la perspectiva de la convergencia digital; entre otras posibilidades a:

- idear una empresa u/o emprendimiento;
- delinejar una política o desarrollar un programa y/o evento cultural; o
- desarrollar una línea de estudio o investigación.





**ESPECIALIZACIÓN EN
INDUSTRIAS CULTURALES EN LA CONVERGENCIA DIGITAL**
Reglamento

Capítulo I *Disposiciones Generales*

Artículo 1º: Propósito del Reglamento: El presente Reglamento tiene como propósito regular la actividad académica de la Carrera de Especialización en Industrias Culturales en la Convergencia Digital, en el marco de lo establecido por el Reglamento de Posgrado de la Universidad Nacional de Tres de Febrero.

Artículo 2º: Objetivos de la Carrera: La Carrera tiene como objetivos

- Contribuir en la profesionalización de los actores culturales para la gestión, desarrollo y administración de industrias culturales y emprendimientos creativos en el marco de la convergencia.
- Desarrollar pensamiento crítico, conocimiento y estudios en el campo de las Industrias Culturales.
- Brindar herramientas para diseñar nuevas estrategias de desarrollo tanto desde el punto de vista de la producción como de las ventanas alternativas de comercialización y distribución.
- Abordar el impacto de los derechos de autor en los nuevos modelos de negocios.
- Explorar el mercado digital desde el punto de vista de la producción y de la circulación de bienes simbólicos y culturales.
- Dotar de competencias para el desarrollo de interpretaciones de los sistemas de información cultural, así como contribuir al desarrollo de nuevos indicadores capaces de interpretar una realidad marcada por la convergencia de medios.
- Promover el entrenamiento en ámbitos de negociación de cara al mercado interno y al desarrollo del mercado externo.

Artículo 3º: Acreditación a otorgar: Al completar las actividades previstas para los distintos trayectos formativos, la Universidad otorgará el grado académico de Especialista en Industrias Culturales en la Convergencia Digital.

Capítulo II: *Conducción de la Carrera*

Artículo 4º: Autoridades: La conducción de las actividades de la Carrera será ejercida por:

- el/la Director/a de la Carrera;
- el Comité Académico;



- el/la Coordinador/a Académica;
- el/la Coordinador/a Técnico/a.

Artículo 5º: Director/a de la carrera: El Director/a de la Carrera es designado/a por el Rector. En caso de ausencia temporaria o de renuncia del Director/a, el Comité Académico podrá proponer al Rector la designación transitoria de uno de sus miembros.

Artículo 6º: Funciones de la Dirección: la Dirección de la Carrera es responsable del desarrollo de las actividades de docencia y, en su caso de las actividades de investigación, transferencia o extensión que pudieran realizarse en el ámbito de la Carrera. Sus funciones son:

- a) Conducir el desarrollo de la Carrera, con arreglo al Plan de Estudios en vigencia y la evaluación de procesos y resultados;
- b) Proponer a las autoridades del Área de Posgrado y/o al Rector, cuando corresponda, y, en su caso, con la opinión del Comité Académico:
 - la designación de docentes;
 - la implementación de líneas, áreas o temas de investigación, estructurados como programas y avalados por la fundamentación correspondiente;
 - las modificaciones al Plan de Estudios;
- c) evaluar los títulos y antecedentes de los aspirantes y dictaminar acerca de su admisión o rechazo y/o de su obligación de cumplimentar actividades complementarias;
- f) Orientar a los alumnos y profesores, acerca del proyecto académico en desarrollo, y del contexto normativo en el que está inserto;
- g) Designar los Tutores de Trabajo Final de Especialización ¹⁰⁰
- h) Supervisar la gestión de los programas de investigación;
- i) Organizar y supervisar el relevamiento de información referida a docentes y alumnos, en relación al desempeño académico y al cumplimiento de las disposiciones administrativas correspondientes;
- g) Supervisar los archivos de información;
- h) Ponderar la oferta de Biblioteca en el área de saberes vinculados a la carrera que dirige y participar en la formulación del plan de adquisición de nuevos textos y materiales bibliográficos;

Artículo 7º: Comité Académico: El Comité Académico es designado por el Rector de la Universidad a propuesta del Director/a de la Carrera. Se integra con profesores o investigadores de reconocida trayectoria en alguna de las áreas disciplinarias que conforman la Carrera que tengan –al menos- el grado de especialista o mérito académico equivalente.



Artículo 8º: Funciones del Comité Académico: El Comité Académico de la Carrera tiene carácter consultivo y asesora al Director/a de la Carrera en cuestiones de gestión académica. Sus funciones son:

- a) Asesorar al Director/a de la Carrera y, en su caso, a las autoridades del Área de Posgrado en lo concerniente a las actividades académicas del área disciplinaria de la carrera;
- b) Proponer al Director/a de la Carrera y, en su caso, a las autoridades del Área de Posgrado:
 - nuevas actividades académicas a incorporar en la planificación anual de la gestión;
 - modificaciones al Plan de Estudios, con el sustento de la fundamentación que corresponda;
 - modificaciones al Reglamento de la Carrera, sobre la base de evaluaciones realizadas;
 - el personal docente y/o personal técnico necesario para el desarrollo del proyecto;
 - programas de investigación, transferencia y/o extensión ;
 - los Tutores de Trabajo Final de Especialización;
 - otras propuestas sobre cuestiones académicas no contempladas en este Reglamento.
- c) Opinar acerca de las apelaciones sobre acreditación de antecedentes;
- d) Ejercer funciones de consultoría a los efectos de orientar a los alumnos en la selección de actividades educativas no previstas en el diseño formativo;
- e) Evaluar, en los casos en que la Dirección de la Carrera lo requiera, los trabajos finales de especialización y sugerir modificaciones.

Artículo 9º: Coordinador/a Académico/a: Es designado por el Rector de la Universidad a propuesta del Director/a de la Carrera. Sus funciones son:

- a) Participar en el proceso de programación académica de la Especialización de Industrias Culturales
- b) Coordinar el proceso de gestión académica de la carrera según las pautas acordadas con el Director.
- c) Acompañar el proceso de ejecución de la programación acordada.
- d) Participar del seguimiento y la aplicación del sistema de autoevaluación para la carrera.
- e) Supervisar el desarrollo de los programas académicos de las diferentes asignaturas para evaluar las ventajas y limitaciones de su inserción en el programa de la carrera, los criterios pedagógicos aplicados por los docentes, a fines de evaluar su desempeño de conformidad con las pautas y condiciones establecidas en el reglamento para esos propósitos.
- f) Supervisar el adecuado cumplimiento de los requisitos y condiciones establecidas para cursar las asignaturas y las prácticas y validar la calidad y pertinencia de los informes (informes de prácticas, supervisión de pasantías, etc.) de los docentes y estudiantes.
- g) Mantener reuniones periódicas de orientación con los alumnos en forma individual y/o grupal



- h) Colaborar con el director en la resolución de las solicitudes de reconocimiento de estudios de posgrados realizados en Instituciones de Educación de Formación Superior del país y del exterior, según lo establecido en el Reglamento general de posgrados.
- i) Participar en la organización de jornadas, seminarios y otras actividades de extensión y transferencia.
- j) Participar de las reuniones con el Comité Académico y llevar el registro de los acuerdos y decisiones que se adopten.

Artículo 10º: Coordinador/a Técnico/a: Es designado por el Rector de la Universidad a propuesta del Director/a de la Carrera. Sus funciones son:

- a) Asistir a la Dirección de la carrera en la organización y coordinación de los cursos;
- b) Realizar el seguimiento de los estudiantes durante su cursada; y
- c) Difundir la carrera entre posibles interesados;
- d) Brindar información sobre la Carrera;
- e) Mantener archivos de información relativos a:
 - los planes de estudio y sus modificaciones;
 - los programas de las asignaturas,
 - las modalidades de enseñanza y de evaluación de los aprendizajes y las formas de promoción;
 - los programas de investigación, transferencia y/o extensión, y su desarrollo;
 - los Tutores de Trabajo Final de Especialización;
 - la presentación de trabajos finales de especialización;
 - la gestión de acreditaciones y certificados;
 - el seguimiento de graduados.
- f) Llevar adelante cualquier iniciativa vinculada al desarrollo del programa, de acuerdo a lo establecido por la Dirección de la Carrera.

Capítulo III: *Condiciones para el Ingreso*

Artículo 11º: Requisitos: Los ingresantes deben poseer Título de grado universitario o terciario según lo establece la ley y normativa vigente, provenientes del campo de la economía cultural y creativa, las humanidades, sector audiovisual, editorial, de la música, del diseño, entre otras disciplinas. Podrán ingresar alumnos titulados en las siguientes disciplinas o áreas de conocimiento:

- Ciencias de la Comunicación y Comunicación Social.
- Economía.
- Administración de empresas.
- Derecho.



- Cinematografía. Cine y Televisión. Imagen y Sonido.
- Diseño.
- Letras.
- Música.
- Ciencias Sociales.
- Publicidad. Marketing.
- Comercio Exterior.

Los postulantes deberán:

- Presentar la Solicitud de Admisión completa, Título y Certificado Analítico de Estudios (original y fotocopia, legalizado por el Ministerio de Educación), DNI (original y fotocopia), Currículum Vitae, 3 (tres) fotos carnet.
- Realizar una entrevista de ingreso.

Sobre la base de la evaluación de los antecedentes, el Comité Académico podrá, cuando lo estime pertinente, requerir a los postulantes la aprobación de actividades educativas previas, en carácter de trayecto formativo complementario.

Artículo 12º: Excepciones a los requisitos de ingreso: Podrán ingresar excepcionalmente a la Carrera de Especialización en Industrias Culturales en la Convergencia Digital, quienes no se encuadren en los términos del artículo 11º, pero posean antecedentes significativos en el área del Diseño y, en su caso, con posterioridad a la aprobación de actividades educativas previas, en carácter de trayecto formativo complementario.

Del mismo modo, podrán solicitar admisión los graduados de instituciones oficiales argentinas de educación superior no universitaria que no posean títulos correspondientes a carreras de cuatro o más años de duración, según lo establece la ley vigente. Para ello, se procederá según lo establece la normativa institucional de la UNTREF.

Artículo 13º: Acceso a los cursos: Los egresados de Nivel Superior en cualquier área disciplinaria o tecnológica, podrán acceder a los cursos, seminarios y talleres que conforman la carrera en forma independiente, en el marco de la condición de cursos de Posgrado, de conformidad con lo establecido por el Reglamento de Posgrado.

Artículo 14º: Selección: En los casos en que el número de aspirantes exceda las posibilidades de admisión de la Carrera, el Comité Académico de la Carrera procederá a la evaluación de antecedentes, ponderando los siguientes aspectos:

- estudios cursados;
- antecedentes académicos;
- antecedentes profesionales.

Para ello, utilizará como criterio central la relación de los antecedentes con el Objeto de estudio de la carrera. El dictamen del Comité Académico se efectuará explicitando en cada caso los fundamentos que lo sustentan, a fin de facilitar al Director/a la toma de decisiones y posibilitar el conocimiento de los mismos a los aspirantes que lo soliciten.



Capítulo IV: *Actividad Docente*

Artículo 15º: Requisitos para el desempeño docente: Para desempeñarse como profesor de la Carrera de Especialización en Industrias Culturales en la Convergencia Digital, deberá reunir al menos dos de las siguientes condiciones:

- ser graduado universitario con título de Especialista, Magíster o Doctor o contar con formación equivalente y jerarquía académica respaldada por experiencia y trayectoria;
- ser o haber sido profesor en otras instituciones de Educación Superior Universitaria, en establecimientos nacionales o extranjeros;
- desempeñarse o haberse desempeñado como docente en carreras o programas de posgrado acreditadas, en el país o en el extranjero;
- ser o haber sido investigador en organismos reconocidos en el país o en el extranjero.

Artículo 16º: Estructura curricular: La estructura curricular de la Carrera está conformada por Seminarios y Asignaturas. Todas las actividades curriculares deberán cumplimentarse con la modalidad y metodología de trabajo que definan los docentes de cada espacio curricular en el programa correspondiente. El profesor responsable de la asignatura supervisará y evaluará el proceso y producto de su proyecto de trabajo, conforme a las pautas establecidas.

Artículo 17º: Régimen de asistencia y promoción: La asistencia a las actividades curriculares será obligatoria en un 75%. En los casos en que se ofrezca la posibilidad de otras formas de orientación del aprendizaje, el docente determinará las condiciones a cumplimentar. El sistema de calificación será de tipo numérico, con una escala de números naturales de 1 (uno) a 10 (diez); exigiendo para la aprobación de la asignatura un mínimo de 6 (seis) puntos.

El/la alumno/a tendrá un plazo de un año para cumplimentar todas las exigencias de evaluación de una asignatura, después de finalizar de cursarla. Para ello se preverán tres fechas de presentación de trabajos finales que serán indicados en los respectivos programas. Cumplido ese plazo, el concepto de la materia o seminario vencerá y deberá volver a cursar para su evaluación.

Los estudiantes que presenten sus trabajos en las dos primeras instancias de evaluación y debieran realizar correcciones para su aprobación tendrán la posibilidad de presentar por única vez una versión corregida en el siguiente turno. En el caso de los estudiantes que presentarán su trabajo final de materia en el tercer turno y este no resultare aprobado, tendrán la posibilidad de presentar una nueva versión en fecha establecida por el docente, que no será menor a 15 días ni deberá superar el mes después de la devolución. Los estudiantes que no cumplieran con este requisito, deberán recursar la materia.

Capítulo V: *Actividades de Investigación, Transferencia y/o Extensión*

Artículo 18º: Organización: Las actividades de Investigación, Transferencia y/o Extensión serán organizadas en programas de trabajo, desde áreas y/o líneas definidas sobre la base del Objeto de

estudio de la Carrera y las demandas del avance científico-tecnológico.



Artículo 19º: Propuestas de programas: La presentación de programas, se hará tomando en consideración las pautas establecidas a tal efecto por la conducción del Área de Posgrado, que convalidará las propuestas y determinará prioridades.

Artículo 20º: Integración del grupo de investigadores: Los programas de investigación, transferencia y/o extensión se desarrollarán con la participación de los profesores que integran la planta docente de la carrera. Los alumnos de la Carrera podrán cumplimentar actividades específicamente previstas y articuladas con el desarrollo de las asignaturas, en alguno de los programas en desarrollo.

Artículo 21º: Resultados: Los resultados de los programas de investigación serán considerados para la retroalimentación de los conocimientos que se incluyen en el proyecto de formación de graduados y constituirán insumos para la determinación de otros emprendimientos. Podrán publicarse por los medios de difusión que se estime oportuno, previa autorización de las autoridades de la Universidad.

Capítulo VI: *Trabajo Final de Especialización*

Artículo 22º: Características del Trabajo Final de Especialización: El Trabajo Final de Especialización será individual y se centrará en el tratamiento de una problemática acotada derivada del campo de una o más profesiones, bajo el formato de proyecto, obra, estudio de casos, ensayo, informe de trabajo de campo u otras, en la que el alumno pueda expresar su capacidad para integrar lo dictado a lo largo de la Carrera.

Dado los ámbitos de inserción a los que aplican las asignaturas cursadas, el Trabajo Final estará orientado, dentro del campo de las industrias culturales y la perspectiva de la convergencia digital; entre otras posibilidades a:

- idear una empresa u/o emprendimiento;
- delinear una política o desarrollar un programa y/o evento cultural; o
- desarrollar una línea de estudio o investigación.

La presentación formal reunirá las condiciones de un trabajo académico, sin defensa oral y pública. Conlleva la presentación de una comunicación escrita en la que deberá incluirse el sustrato teórico-metodológico de aplicación a la obra, caso o situación de que se trata, y considerar al menos los siguientes aspectos:

- Delimitación precisa del tema, problema y/o propuesta de trabajo.
- Explicitación de los objetivos y propósitos del trabajo.
- Explicitación del marco conceptual o soporte teórico-metodológico.
- Justificación o fundamentación relativa a las estrategias de trabajo seleccionadas.
- Bibliografía y fuentes consultadas para el trabajo.
- Bibliografía general sobre el tema.



Artículo 23º: Dirección de los trabajos de Especialización: Los trabajos finales de especialización se desarrollarán bajo la orientación y supervisión de un Tutor/a. El Tutor/a del trabajo final será docente de la Carrera.

Artículo 24º: Proyecto del Trabajo de Especialización: Aprobado el 80% de las actividades de formación, el estudiante podrá presentar su proyecto de trabajo al/a la Tutor/a, que deberá expedirse dentro de los treinta (30) días acerca de la aceptación del proyecto o su rechazo, o en su caso, sugerir modificaciones.

Si el proyecto es aprobado, podrá iniciar las actividades previstas para su concreción; si se sugieren modificaciones, deberá realizarlas y elevar una nueva propuesta en los plazos que a tal efecto se establezcan. Si el proyecto es rechazado, el/la Tutor/a explicitará las estrategias a seguir por el estudiante a los efectos de una nueva presentación.

Artículo 25º: Evaluación del Trabajo: Dentro de los treinta (30) días de la presentación del Trabajo para su evaluación, la Dirección de la Carrera, designará el Comité encargado de evaluarlo, que estará integrado por dos especialistas en el área, que podrán ser o no profesores de la carrera. El perfil académico de los Expertos designados deberá ajustarse a los términos del artículo 15º del presente Reglamento.

Artículo 26º: Calificaciones: Para la aprobación de la Carrera de Especialización, luego de ser satisfechos los requisitos que establece su Plan de Estudio se requerirá la aprobación del Trabajo Final. El mismo será calificado según la siguiente escala:

- Aprobado: satisface los requisitos formales, y sus contenidos son de calidad académica
- Desaprobado
- Si el Comité entiende por unanimidad que el Trabajo Final posee una calidad académica superlativa, podrá calificarla además con una “Mención Honorífica”.

Artículo 27º: Publicación del Trabajo de Especialización: Los Trabajos de Especialización elaborados como culminación de la Carrera, que sean publicados y/o difundidos por cualquier medio, deberán hacer mención expresa de que han sido realizados en el marco de la Carrera de Especialización en Industrias Culturales en la Convergencia Digital de la Universidad Nacional de Tres de Febrero.

Artículo 28º: Requisitos formales de los Trabajos Finales:

- Los Trabajos tendrán una extensión mínima de 10 mil palabras (aproximadamente 30 páginas) - estos criterios podrán variar en distintas áreas del conocimiento, proyectos u obras planteadas como Trabajo Final- Deberán imprimise en papel A4 con márgenes de 2,5 cm. por lado con tipografía Times New Roman 12, o Arial a espacio y medio.
- La presentación final constará de cinco ejemplares, una para cada miembro del Comité, uno para

A handwritten mark or signature is located here, appearing to be a stylized 'A' or 'F'.



la Dirección de la Carrera y dos para la Biblioteca de la Universidad, y una versión electrónica completa.

- Contendrá:

- Una portada en la que se indique la Universidad, el Posgrado realizado, el nombre del autor y del tutor, y el año de la presentación
- Un índice completo con sus capítulos y secciones
- Podrá tener un prólogo o sección inicial de agradecimientos
- Una Introducción en la que se expondrán los problemas que plantea el Trabajo Final, las hipótesis que permitan solucionarlos, los materiales y métodos que se emplearán, así como el marco teórico del que se parte;
- Un Desarrollo en el que se expondrán los hallazgos que tiendan a justificar las hipótesis;
- Una Conclusión en la que se explica cómo se justifican en el desarrollo las hipótesis de la Introducción, sintetizando los hallazgos y su relación con las hipótesis
- Una sección final con la Bibliografía empleada, con las características que son usuales en cada disciplina.
- Más detalles sobre la redacción y elementos del trabajo final se brindarán durante el cursado de la materia “Taller de producción del trabajo final”.

Nota: puede consultarse como referencia el Reglamento de Posgrado de la Universidad Nacional de Tres de Febrero (Aprobado por Resol. Consejo Superior N° 05/08), en el siguiente link http://materiales.untrefvirtual.edu.ar/descargas/Reglamento_de_Postgrados_UV_Resol_CS_005-08.pdf

Capítulo VII: *Sistema de monitoreo y autoevaluación*

Artículo 29º: Sistema de monitoreo y autoevaluación: Estas funciones tienen como objetivos garantizar mantener y desarrollar los niveles de calidad académica y operativa en la formación del posgrado, garantizando la participación de los distintos actores involucrados. Con esa intención se ha previsto la aplicación de una estrategia que combina el registro y seguimiento de las prácticas académicas, con la consulta y participación activa de los actores que participan del proceso formativo.

Artículo 30º: Registro y supervisión: El sistema de supervisión apunta fundamentalmente a confirmar el adecuado cumplimiento de los requisitos y condiciones establecidas para cursar las asignaturas y las prácticas (asistencias, horarios, registros de pruebas parciales, informes de prácticas, supervisión de pasantías, etc.) tanto de docentes como de los estudiantes. Con esa intención todos los eventos se registran en sistema de alumnos de la Universidad, las cuales se analizan y evalúan periódicamente en la dirección para adoptar las decisiones que convengan.

Artículo 31º: Autoevaluación: Cada nuevo cuatrimestre los docentes tienen que actualizar el programa de la asignatura evaluando la bibliografía, los temas o las formas de tratamiento y desarrollo del programa a partir de la experiencia desarrollada y las sugerencias que la dirección o el comité académico estimen convenientes, para mejorar la calidad académica de los cursos. Con ese propósito



antes de iniciar el cuatrimestre el docente tiene que entregar a la dirección el programa de la asignatura con los ajustes realizados.

Artículo 32º: Encuesta de opinión: A la finalización de cada asignatura los estudiantes tienen que responder a una encuesta anónima destinada a recoger su opinión y comentarios sobre la asignatura (contenidos, utilidad, el enfoque desarrollado, el sistema de evaluación, etc.) la opinión sobre el trabajo del docente (claridad expositiva, solvencia en el dictado, cumplimiento, etc.) y expresar libremente sus comentarios y sus expectativas y sugerencias para el curso.

Artículo 33º: Informe Técnico por cohorte: La Coordinación Académica y técnica de la Especialización elaborará un informe sobre desempeño docente que será puesto a consideración del Comité Académico y la Dirección del Posgrado. Para la elaboración del informe de desempeño se considerarán los siguientes parámetros: 1) Criterios curriculares: a) Asistencia a clases y cumplimiento del programa del curso, b) Actualización bibliográfica, c) Participación en las reuniones de coordinación docente, d) Resultados de la opinión de los alumnos en relación al dictado del curso y el desempeño docente. 2) Criterios extracurriculares: a) Participación en eventos o jornadas de actualización científica (seminarios, coloquios, etc.). b) Participación en investigaciones o estudios en la especialidad. 3) Publicaciones científicas y de difusión.

Capítulo VIII: *Becas*

Artículo 32º: Becas: La carrera podrá otorgar becas en el marco del Reglamento de Becas de la Universidad. Los docentes de la UNTREF así como sus graduados gozarán de un beneficio del 50% de los aranceles de la carrera.

JOSE HORACIO HINOJOSA
SECRETARIO GENERAL
INTENDENCIA

A