

Especialización

INDUSTRIAS CULTURALES EN LA CONVERGENCIA DIGITAL



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE TRES DE FEBRERO
pública y dinámica



ESPECIALIZACIÓN

INDUSTRIAS CULTURALES EN LA CONVERGENCIA DIGITAL

(CONEAU sesión 428/15)

Denominación del título que otorga:
Especialista en Industrias Culturales en la Convergencia Digital

El curso de posgrado Industrias Culturales. Claves para su gestión y desarrollo, acredita dos asignaturas para esta especialización.

➤ CONTACTO, INFORMES Y ARANCELES
convergenciadigital@untref.edu.ar

<https://industriasculturales-posgradountref.net/>

Facebook: [industriasculturales.posgradountref](#)

Twitter: [@IndCultUntref](#)

Linkedin: [industriasculturalesuntref](#)

| INDICE

Presentación de la Especialización

Objetivos

Modalidad

Plan de Estudios

Contenidos Mínimos

Asignaturas

Espacio Laboratorio (LAB)

Seminarios

Cuerpo Académico

Autoridades

Comité Académico

Plantel Docente

Requisitos Administrativos

Requisitos de admisión

Requisitos de ingreso

Requisitos para la graduación

Becas

Sede de cursada

Contacto / Informes / Aranceles



PRESENTACIÓN

En las dos últimas décadas, la producción y demanda de bienes y servicios culturales requieren del desarrollo de nuevos saberes y herramientas para abordar los desafíos de su transformación.

Dimensionar esta última, caracterizarla, comprender sus alcances e identificar sus tendencias emergentes resulta clave para la gestión -pública y privada - en el área.


La convergencia entre contenidos, redes, plataformas de distribución y aplicaciones tecnológicas marca el ritmo y contexto de la producción cultural actual. 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.

Un cambio de paradigma sin precedentes reconfigura la creación, producción, circulación y el consumo cultural.

Nuevo conocimiento, investigación y desarrollo es lo que cada uno de los sectores de estas industrias, y todos en su conjunto, demandan para proyectar y dimensionar escenarios futuros.

La especialización en Industrias Culturales en la Convergencia Digital tiene como objetivo ampliar conocimientos en la materia haciendo foco en:

- La hibridación de los sectores tradicionales y sus nuevas perspectivas.
- Los nuevos desarrollos y aplicaciones que reconfiguran el mercado.
- Los desafíos de la propiedad intelectual en el mercado digital.
- El desarrollo de proyectos de innovación.
- La creación de nuevos indicadores para evaluar cambios en el consumo y para medir y entender los cambios en el mapa de los sectores.



La Especialización en **Industrias Culturales** en la **Convergencia Digital** contextualiza el campo desde la convergencia y la digitalización en la producción y distribución de contenidos, poniendo especial énfasis en la gestión de la innovación y la economía de la cultura.

La UNTREF está claramente identificada con el desarrollo del campo cultural, no sólo desde el punto de vista de su propuesta de formación, sino también, desde su experiencia en gestión, producción e investigación. Esta Especialización busca fortalecer aún más el rol de la universidad en el mercado y el sistema productivo cultural ideando plataformas de encuentro e intercambio con el sector privado. El Espacio Laboratorio será una instancia para el desarrollo conjunto de proyectos y bienes culturales entre instituciones, emprendedores y empresas de referencia.

OBJETIVOS

El posgrado se propone:

- Contribuir en la profesionalización de los actores culturales para la gestión, desarrollo y administración de industrias culturales y emprendimientos creativos –en ámbitos privados y públicos- en el marco de la convergencia.
- Desarrollar pensamiento crítico, conocimiento, nuevas estrategias y estudios en el campo de las Industrias Culturales.
- Abordar el impacto de los derechos de autor en los nuevos modelos de negocios.
- Dotar de competencias para la interpretación de los sistemas de información cultural, así como para el diseño de nuevos indicadores que den cuenta de una realidad marcada por la convergencia digital.
- Promover el entrenamiento en ámbitos de negociación de cara al mercado interno y al desarrollo del mercado externo.

MODALIDAD

La Especialización se dictará en un año y medio -3 (tres) cuatrimestres-, y su duración será de 388 horas, con 13 asignaturas, un laboratorio (Espacio LAB) y 2 seminarios.

PLAN DE ESTUDIOS

- Introducción a las Industrias Culturales.
- Sectores de las Industrias Culturales y sus problemáticas.
- Ecosistema Cultural, Teorías Estéticas y Producción Creativa.
- Diseño y desarrollo de proyectos.
- Diseño y análisis de políticas públicas.
- Convergencia en las industrias culturales.
- Economía de la cultura y sistemas de la información.
- Métodos de Investigación. Abordajes y enfoques para el estudio de las Industrias Culturales.
- Propiedad intelectual y Gestión de Derechos.
- El comercio internacional en las industrias culturales.
- Dinámicas de la Innovación y el Conocimiento.
- Comunicación: Estrategias y herramientas.
- Taller de producción del trabajo final.
- Laboratorio.
- Seminario 1.
- Seminario 2.
- Trabajo Final.

CONTENIDOS MÍNIMOS

ASIGNATURAS

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.

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.

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.

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 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.

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.

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.

ECONOMÍA DE LA CULTURA Y SISTEMAS DE LA 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 (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.


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.

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.

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.

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 capacidades 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.

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

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.

ESPACIO LABORATORIO (LAB)

El espacio de laboratorio 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 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 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.

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 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 2

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 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:

- 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.

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 a: idear una empresa u/o emprendimiento vinculado al campo; pensar una política, programa y/o evento; desarrollar alguna línea de investigación en la temática.

CUERPO ACADÉMICO

AUTORIDADES

Stella Puente (Directora) - Industrias Culturales

Socióloga, experta en gestión cultural, especialista e investigadora en el desarrollo de políticas para las industrias culturales. Directora de la Especialización en Industrias Culturales en la Convergencia Digital y del Posgrado en Industrias Culturales de la Universidad Nacional de Tres de Febrero. Fue Subsecretaria de Industrias Culturales de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Directora Nacional de Política Cultural y Cooperación Internacional, desde donde instaló la problemática de las industrias culturales en la agenda del Mercosur. Creó el Observatorio de Industrias Culturales (OiC), referente nacional e internacional en la construcción y sistematización de datos económicos de la cultura. Responsable de la puesta en marcha de eventos y plataformas de negocio como La Noche de Librerías, La Feria Internacional de la Música-BAFIM-, el Festival Internacional de Diseño, "El Dorrego" Ferias de Diseño, "Incuba" en el Centro Metropolitano de Diseño, entre otros. Es convocada para dar conferencias, cursos y seminarios en la temática por universidades, congresos y organismos internacionales. Autora, entre otras publicaciones, de *Industria Culturales y Políticas de Estado*. Editorial Prometeo. 2007; *The Publishing Industries in Ibero-America: Challenges and Diversity in the Digital World* en *Media Systems and Communication Policies in Latin America*. Editorial Palgrave Macmillan. Londres. 2014; *Convergencia y nuevos contenidos Audiovisuales*. (Coordinadora) Editorial Eduntref 2014; *Bibliodiversidad: Indicadores y Debate*. *Bibliodiversity – Publishing and Globalisation*. Paris. Francia. 2011. *Economía y cultura: aportes, nuevos paradigmas y debates* en *Indicadores Culturales 2008*. Eduntref; *Un mapa de asimetrías en "La república partida"*, edición especial de la Revista Ñ, Clarín, Buenos Aires. 2008; *Diversidad cultural y políticas culturales* en *Indicadores Culturales 2007*; *Encuentro de Televisoras Públicas, Culturales y de Calidad*, desde el Mercosur hacia América Latina. Compiladora. Prometeo Editorial. Buenos Aires, mayo 2001.

Mariela Yeregui (Dirección Académica) - Arte y Tecnología

Licenciada en Artes (UBA), egresada de la escuela de cine del INCAA, magister en Literatura en la Université Nationale de Côte d'Ivoire y Doctora en Filosofía de la Comunicación y Medios, European



Graduate School (Suiza). Directora de la Maestría en Tecnología y Estética de las Artes Electrónicas (Universidad Nacional de Tres de Febrero). Profesora de arte y tecnología en la UNTREF, Universidad Maimónides, Centre d'Art i Disseny de Barcelona. Dictó cursos y seminarios en el Centro de Arte La Alameda (México) Universidad Javeriana (Colombia), Universidad Blas Pascal (Córdoba), Universidad de Buenos Aires, Arts Santa Mònica (Barcelona), Centro Multimedia (México), University of North Texas (USA), entre otras instituciones. Principales muestras colectivas: "Recorridos" (Centro Cultural Recoleta, Sala Cronopios), "Lo nuevo de lo nuevo" (Centro Cultural San Martín), "Extrañas Topografías" (Galería Dacil), "Instalaciones" (Fundación Proa), "Naturalmente Artificial (Centro Cultural del Bicentenario de Santiago del Estero), Feria Arco (Madrid), "TV/ARTS/TV" (Arts Santa Mònica, Barcelona), "Emergentes" (Laboral Centro de Arte y Creación Industrial, Gijón, España). Principales muestras individuales: "Taxonomía" (Galería ArtexArte /Centro Cultural Recoleta / Cyberfest- S. Petesburgo, Rusia), "Punto de encuentro", (Centro Cultural Recoleta), "Hipertexto" (Centro Cultural R.Rojas), "Polución" (Nau Ivanov, Barcelona), "Proxemia" (Abtei Brauweiler, Colonia, Alemania). Primer Premio BEEP_Art (España); Primer Premio "Arte y Nuevas Tecnologías" (MAMBA, LIMBO, Telefónica); Primer Premio en el Salón Nacional de Artes Visuales 2005, categoría "Nuevos Soportes"; Tercer Premio en el Festival Transitio MX; finalista del UNESCO Digital Arts Award; ganadora del concurso para proyectos para el Espacio de Arte Contemporáneo (Uruguay) con el proyecto "Territorios de desastre", junto a Gabriela Golder; ganadora del Concurso BA Sitio Específico 2014 con el proyecto de intervención urbana "Escrituras", junto a Gabriela Golder, con quien también fueron beneficiarias de los Fondos de Mecenazgo 2014 para la publicación de un libro de artista; Ganadora del Primer Premio Trabucco 2014, Nuevos Soportes, ANBA.


COMITÉ ACADÉMICO

George Yúdice - Estudios Culturales

Profesor titular del American Studies Program y del Departamento de Español y Portugués de la New York University. Es director del Privatization of Culture Project, un centro de investigación de políticas culturales, también en la (NYU); y director del Centro de Estudios Latinoamericanos y del Caribe. Es uno de los principales teóricos mundiales sobre la industria cultural, y una referencia imprescindible en los estudios culturales sobre América Latina. Autor de numerosas publicaciones, entre ellas se encuentra su libro "El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global" –que integra la colección de Gedisa dirigida por Néstor García Canclini– donde estudia actualmente los modelos de negocio vinculados al desarrollo tecnológico, examinando la creciente instrumentalización de la cultura a escala global. Participa además en varias investigaciones y publicaciones principalmente en el área de Estudios Culturales de América Latina, y en particular, en Estudios de Política Cultural.

Carlos Scolari – Transmedia y Nuevos Medios

Profesor e investigador del Departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra – Barcelona. Se ha doctorado en Lingüística Aplicada y Lenguajes de la Comunicación por la Università



Cattolica di Milano, y se ha especializado en el estudio de los medios digitales de comunicación, las narrativas transmedia y la nueva ecología mediática. Ha dictado conferencias, cursos y talleres de formación en universidades e instituciones de América Latina, Estados Unidos, Canadá y Europa. En el 2004 ganó el Premio Eusebi Colomer de Ensayo de la Fundación Epon Ibérica – Gedisa. Actualmente es Investigador Principal del proyecto “Transmedia Literacy” del programa Horizon 2020 de la UE y del proyecto I+D “Transalfabetismos” (España). Entre sus últimos libros podemos mencionar “Narrativas Transmedia” (Deusto, 2013), “Transmedia Archaeology” (Palgrave, 2014, con P. Bertetti y M. Freeman) y “Ecología de los medios” (Gedisa, 2015).

Germán Rey – Políticas Culturales


Profesor en la Maestría en Comunicación Social y Director del Centro ÁTICO de la Universidad Javeriana (Bogotá). Fue Asesor de la Ministra de Cultura de Colombia en Políticas Culturales, Asesor del proyecto de Economía y Cultura del Convenio Andrés Bello y ombudsman del periódico El Tiempo. Participó en el estudio sobre el impacto de las industrias culturales en la economía colombiana y en la creación del Laboratorio de Desarrollo y Cultura (UTB, Cartagena). Entre sus libros están: “Las tramas de la cultura” (2008), “Industrias culturales, creatividad y desarrollo” (Madrid, AECID, 2009), “Los sentidos despiertos. Públicos y apropiación de la música, la danza y el teatro en Bogotá” (Orquesta Filarmónica de Bogotá, 2010) “Compendio de Políticas culturales” (Ministerio de Cultura, Bogotá, 2010), “Trends in audiovisual markets. Perspectives from the South” (UNESCO, París, 2008).

Antonio Magnoni - Transmedia

Postdoctorado de Industrias Culturales Transmedia de la Universidad Nacional de Quilmes. Doctorado de Enseñanza en la Educación Brasileña de la Facultad de Filosofía y Ciências de la Universidad Estatal Paulista “Júlio de Mesquita Filho”-UNESP (Brasil). Maestría en Ciências de las Comunicaciones de la Universidad de São Paulo (Brasil). Grado en Comunicación Social/Periodismo de la Universidad de Bauru (Brasil). Se desempeña como docente de la Maestría en Televisión Digital de la Universidad Estatal Paulista “Júlio de Mesquita Filho”-UNESP (Brasil). Publica libros y artículos en revistas nacionales e internacionales.

Ana Wortman – Consumos Culturales

Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires y Magíster en Ciencias Sociales por FLACSO. Profesora de Sociología contemporánea, desde una perspectiva cultural en la carrera de Sociología de la UBA e Investigadora del Instituto Gino Germani. Profesora en diversas Maestrías y doctorados nacionales e internacionales en Gestión Cultural en el área de Sociología de la Cultura, Políticas Culturales y Cultura del Mercosur (presencial y virtual). Fue miembro de la red Culturelink, Zagreb. Actualmente forma parte de FOMERCO (Foro Universitario del MERCOSUR), donde coordina el eje Cultura y arte en América Latina. Forma parte del board de Cultura, poder y política del Latinoamerican Studies Association, LASA, y coordina el GT 3 sobre Consumos Culturales de ALAS, Asociación Latinoamericana de Sociología. Fue becaria senior de CLACSO y durante el 2015



fue ganadora del Concurso de la Catedra Florestan Fernandes sobre Pensamiento latinoamericano. Ha investigado sobre imaginarios juveniles en los sectores populares, TV e imaginarios sociales, clases medias e intermediarios culturales. En los últimos años investiga sobre políticas y consumos culturales. Escribe periódicamente para la prensa gráfica y es consultada por diversos medios audiovisuales. Actualmente es directora de Subsidios de investigación para grupos consolidados UBACYT, en el marco del cual dirige becarios y tesistas.

Federico Balaguer – Desarrollos de Interactividad

Doctor en Ciencias de la Computación de la Universidad de Illinois en Urbana-Champaign. Es un científico repatriado por el Programa Raíces del MINCYT hecho que ocurrió en el año 2006. Es miembro del Laboratorio de Investigación y Formación en Informática Avanzada de la Facultad de Informática de la Universidad Nacional de La Plata. Es docente en materias de grado, del programa de Master en Ingeniería de Software y Doctorado en Informática de la UNLP. Desde el año 2006 trabaja en el área de Aplicaciones Interactivas, Juegos y Entretenimiento. Entre el 2006 y el 2009 lideró un proyecto de innovación tecnológica aplicada a juegos de azar. Desde el año 2010 lidera el área de Servicios y Aplicaciones Interactivas del proyecto de Televisión Digital del LIFIA y ha participado en el desarrollo de proyectos de innovación tecnológica como: Ginga.ar, Test Suite Ginga, Zamba, Wari, Medición Audiencia.

Alejandro Artopoulos – Educación y Nuevas Tecnologías

Director del Laboratorio de Tecnologías del Aprendizaje de la Escuela de Educación de la Universidad de San Andrés. Investigador del Consejo de Investigaciones Científicas (CIC). Candidato a Doctor, Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Sociólogo, UBA. Master en Gestión de la Tecnología, UBA. Investiga la transición a la Sociedad del Conocimiento con foco en el aprendizaje institucional de los ecosistemas de innovación y la construcción social de la tecnología en el Peronismo. Profesor Invitado UBA, UNGS, FLACSO y UNS. Fue Consultor MINCYT, UNESCO, BID-FOMIN, PNUD, AACREA, INTEL, Consejero Asesor del Programa Conectar Igualdad.

Enrique Valiente – Gestión del Arte y la Cultura

Sociólogo de la Universidad de Buenos Aires. Se ha especializado en el campo de la Sociología de la Cultura. Profesor Titular Regular de la Universidad Nacional de Tres de Febrero (UNTREF) y de la Universidad Nacional de La Matanza. Ha ocupado cargos de Gestión Universitaria en diferentes Universidades Nacionales, y actualmente dirige la Carrera de Gestión del Arte y la Cultura UNTREF. Miembro Fundador del Consejo de Decanos de Facultades de Ciencias Sociales y Humanas de la República Argentina. En la actualidad forma parte de su Comité Ejecutivo.

PLANTEL DOCENTE

Roberto Igarza – Convergencia Digital

Graduado de la École d'Ingénieurs de Lausanne (Suiza) y Doctor en Comunicación Social por la Universidad Austral (Argentina). Se desempeña como docente en maestrías y doctorados en el país y el extranjero. Es Profesor en la Universidad de Buenos Aires (cat. A1), en la U. de San Andrés, en la U. Nacional de La Matanza, de Quilmes y de Rosario. En esta última dirige el Programa de Investigación en Educación Ubicua. Se ha desempeñado como investigador en el Gabinete de Comunicación y Educación de la Universitat Autònoma de Barcelona. Ha dirigido el Observatorio Mundial de televisiones educativas y de descubrimiento con sede en París. En la intersección de Comunicación, Tecnologías y Cultura, se interesa por los cambios en la producción, difusión y hábitos de consumo de contenidos culturales. Experto internacional en consumos culturales, es asesor gubernamental en programas de educación y cultura. Dirigió la investigación Understanding digital literacy (Comisión Europea, Bruselas, 2005). Actualmente, es consultor de la UNESCO en programas sobre políticas culturales. Es autor de numerosos artículos científicos y de divulgación. Miembro de numerosos comités académicos (UNR, UBA) y consejos asesores (UdeSA), además de integrar comités editoriales y científicos en publicaciones de su especialidad (Argentina, Brasil y Chile). Director de la Colección Futuribles en Editorial La Crujía. Miembro de la Academia Nacional de Educación desde 2009, dónde coordina la Comisión de Educación y Medios.

Fernando Irigaray – Transmedia

Licenciado en Comunicación Social (UNR), Magister en Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (UNED – España) y candidato a Doctor en Comunicación Social (UNR). Director de la Maestría / Especialización en Comunicación Digital Interactiva, de Comunicación Multimedial en la UNR. También es Director Ejecutivo de la Cátedra Latinoamericana de Narrativas Transmedia (ICLA-UNR). Realizador audiovisual y productor transmedia. Además dirige y produce programas y documentales para TV. Obtuvo el Premio Internacional Rey de España Categoría Periodismo Digital 2013 con el DocuMedia Calles Perdidas y fue finalista con el DocuMedia Vibrato en el Premio Nuevo Periodismo Iberoamericano CEMEX+FNPI, categoría Internet. Fundador y Presidente del Comité Académico del Foro Internacional de Periodismo Digital Rosario. Docente Investigador Categoría III programa de incentivos. Dirige el proyecto "Narrativa Transmedia en proyectos documentales" (2013-2016) (UNR). Como docente de posgrado es profesor invitado en diferentes universidades y centros de investigación de Argentina y América Latina. Como editor publicó "Reflexiones móviles: el periodismo en la era de la movilidad" (2015) y junto a otros autores "Hacia una comunicación transmedia (2014), "Webperiodismo en un ecosistema líquido" (2013), "Periodismo Digital: convergencias, redes y móviles" (2011), "Periodismo Digital en un paradigma de transición" (2010) y "Nuevos medios, nuevos modos, nuevos lenguajes" (2009).

Adriana Amado – Comunicación y Medios

Adriana Amado es doctora en Ciencias Sociales (Flacso) especializada en temas de comunicación pública y medios. Es docente e investigadora en Argentina y profesora visitante en Latinoamérica y España. Cuenta con varias publicaciones académicas, entre las que destacan diez libros de su autoría y más de veinte obras colectivas. Su última obra es *La comunicación pública como espectáculo* (2014). Es divulgadora de su especialidad en medios de prensa como también desde su blog catedraa.com.ar. Es activista social desde la Ong infocudadana.org.ar, una iniciativa cívica que promueve la información pública responsable.

Guillermo Brea – Desarrollo de Marcas, Comunicación y Sistemas de Identidad Visual

Consultor y diseñador especializado en branding, comunicación y sistemas de identidad visual. Cuenta con más de veinte años de experiencia en proyectos de identificación visual y asesorando en estrategias de marca y comunicación a organizaciones públicas y privadas. Ha trabajado en grandes empresas, en la función pública y en la última década como consultor independiente desarrollando la estrategia y la imagen de algunas de las marcas más reconocidas del país.

Actualmente es doctorando por la Universidad de Buenos Aires. Cursó estudios de arquitectura, diseño gráfico, comunicación, sociología y ciencia política. Docente universitario de extensa trayectoria. En la Universidad de Buenos Aires dirige la Carrera de Especialización en Branding, DiGeM. Como profesor invitado ha dictado también conferencias, seminarios y capacitaciones docentes en más de treinta universidades y encuentros profesionales de Argentina, España, Uruguay y México. Como analista de marcas y crítico cultural ha publicado numerosos artículos en medios masivos y especializados.

Alejandro Katz – Industria Editorial

Licenciado en Lengua y Literatura por la Universidad Nacional Autónoma de México; realizó estudios de postgrado en administración en la Universidad Torcuato Di Tella en Buenos Aires. Editor y ensayista, ingresó en el Fondo de Cultura Económica en México en 1985, cuya filial argentina dirigió entre 1989 y 2004. Como editor de ensayo de esa casa editorial publicó casi mil títulos, llevando al catálogo a los más prestigiosos autores argentinos e internacionales de ciencias humanas y sociales. Fundó y dirige desde el 2005, Katz Editores, editorial especializada en ciencias y humanidades. Es profesor de la UBA desde 1992 y de la UNTREF desde 2004. Integró durante varios períodos el Consejo Directivo de la Cámara Argentina del Libro. Fue Presidente de la Comisión de Programas y Contenidos del 26° Congreso de la Unión Internacional de Editores (Buenos Aires, 2000), ha sido consultor del Centro Regional para el Fomento del Libro (CERLALC – Bogotá) y es asesor de la Feria del Libro de Guadalajara. Ha dictado conferencias y participado en diversos congresos y seminarios en España y en numerosos países de América Latina. Trabajos suyos se han publicado en México, España, Argentina, Chile y Brasil, entre otros países. En abril de 2012 fue seleccionado como uno de los 50 profesionales más influyentes de la industria editorial en Iberoamérica en una consulta realizada entre profesionales de la región por la Fundación El Libro de Buenos Aires. Conferencista y consultor institucional, es también colaborador habitual del diario *La Nación* de Buenos Aires.

Julio Bertolotti – Industria Audiovisual. Transmedia. TDA

Productor y realizador de cine y televisión. Docente de la materia Digital Interactiva y Contenidos Transmedia. Tecnología y producción” en el Posgrado en Industrias Culturales de la UNTREF, Universidad Nacional de Tres de Febrero. Consejero Ejecutivo de la Cátedra Latinoamericana de Narrativas Transmedia de la Universidad Nacional de Rosario. Consultor de la Red Transfronteriza de Contenidos Digitales (Red universitaria de Argentina, Brasil y Paraguay, coordinada por la Universidad Nacional de Misiones). Creó y dirigió el Neotvlab de la UNTREF. Asesor del Centro de Producción Digital (CPD) del Instituto Cultural de la Provincia de Buenos Aires. Co-dirige los proyectos transmedia Experiencia Cortázar y Ñandutí Agua. Participó de la producción y dirección de programas documentales en varios canales de aire y señales de cable de Argentina y Latinoamérica: Edición Plus (Telefe), Investigación X (América), Destino Latinoamérica (Telesur), Arte Web (Canal (á)), entre otros. Productor ejecutivo y Realizador de investigaciones especiales de varios noticieros: Canal (á) Noticias, Nuevediarío. Estuvo a cargo del Área de Audio y Video de portal de Internet El Sitio.com. Contribuyó a crear y desarrollar el Centro de Producción Audiovisual de la UNTREF, hoy UNTREF Media. En este Centro, del que fue Director Adjunto, fue Productor General de Mestizo. Una historia del arte latinoamericano (2007), Barroco (2007), Biografías fantásticas (2009), La Ficción y sus hacedores (2007), Materia Prima (2008), Interfaces (2005), entre otras.

Sergio Romero – Transmedia y Nuevos Medios

Licenciado en Ciencias Sociales y Humanidades (UNQui), con estudios de posgrado en Artes Mediales (UNC, Universidad de Chile, Universidad de Caldas, Colombia). Guionista y productor de videos educativos, institucionales, empresariales, industriales, documentales de corte social, programas culturales y piezas de video-arte, algunas de las cuales fueron premiadas y exhibidas internacionalmente. En los últimos años, realizó investigaciones para el desarrollo de proyectos documentales para cine y TV. Integrante de la comisión directiva de diversas asociaciones de directores, productores, documentalistas, vinculadas al cine y las artes audiovisuales. Coordinador del Nodo Mendoza Sur del Polo de Desarrollo y Promoción de Contenidos Audiovisuales Digitales. A partir de 1991, realizó con su productora RED multimedia (posteriormente, Blankspot New Media) numerosas presentaciones multimedia interactivas institucionales, publicitarias y educativas, websites, aplicaciones web y desarrollos web 2.0. Responsable del Área Virtual de la UTN Facultad Regional San Rafael, y Coordinador de la Licenciatura en Tecnología Educativa, que se dicta en modalidad b-learning. Profesor titular de las Cátedras de Comunicación Interactiva y Guión Multimedia de la Licenciatura en Diseño Asistido, especialidad Multimedia, Universidad Champagnat, Mendoza. Integró el equipo de producción del NeoTVLab de la UNTREF, responsable de la producción de la versión multiplataforma de la Serie “Aire. Cambio Climático”. Fundó en el ámbito de la UTN FRSSR, el Laboratorio de Contenidos Digitales Audiovisuales (CeDeALab). Creador, productor y director del contenido crossmedia, “Vida Durante La Guerra”.

Gabriel Rojze -Industria Audiovisual. Mercados de la Televisión


Gerente de Nuevos Medios de la Editorial universitaria de Buenos Aires, EUDEBA. Profesor Titular Regular de la materia Producción y planificación de la Carrera de Diseño de Imagen y Sonido de la FADU – UBA, en donde fue consejero electo por el claustro de profesores. Profesor en el posgrado de Convergencia multimedial de la FADU – UBA. Entre otros, fue Director adjunto, Coordinador de producción y Director de Capacitación y transferencia en Untref Media en la Universidad Nacional de Tres de Febrero: Coordinador de producción de Canal 7 Argentina y Responsable del Área Audiovisual del Centro Cultural Rector Ricardo Rojas de la Universidad de Buenos Aires. Dirigió el diseño y puesta en marcha del sistema multimedial de la Casa Nacional del Bicentenario. Coordinó el desarrollo de múltiples programas de televisión especialmente en el segmento de contenido educativo y científico. Asesoró en la implementación de la nueva televisión digital. Algunos premios obtenidos: Por el Centro de Producción Audiovisual de la UNTREF, 2008 – 2 nominaciones Fund TV, 2009 – Fund TV, Materia Prima (Canal a). Por Canal 7, Años: 2000 y 2001. Premios recibidos por la gestión: 10 Martín Fierro, 22 Fund TV, 1 Fund TV de Oro, 40 Broadcasting. Por UBA XXI, Año 2001: Fund TV en el rubro Divulgación Científica. Por Imágenes del Rojas, Año 1999: Tornado Premios ATVC.

Nicolás Wainszelbaum – Industria de la Música

Licenciado en Sociología (UBA). Desde hace 15 años trabaja en el campo de la gestión cultural, específicamente en el campo de políticas públicas para las industrias creativas. En el campo de la música, desarrolló el Ciclo Nuevo! (Centro Cultural San Martín; 2004/5); fue director ejecutivo de las dos primeras ediciones de BAFIM (Feria Internacional de la Música de Buenos Aires; 2006/7); y estuvo al frente del Festival del Bosque (FIFBA) y su mercado de la música (Provincia de Buenos Aires, 2009/14). Actualmente Es Director de Industrias Creativas del Instituto Cultural de la Provincia de Buenos Aires. Fue docente de la UBA, Universidad de Palermo; actualmente es docente de grado y posgrado en la UNTREF; dictó cursos y conferencias sobre Gestión de la música en el CCEMEX (Méx), Primavera Sound (España), Feria de la Música de Brasil, Circulart (Colombia), MICA y MICSUR (Argentina) entre otros.

Iván Moiseeff – Cultura e Internet

Escritor, editor y productor cultural. Estudió Letras (UBA) y trabaja generando estrategias de comunicación y contenidos para festivales culturales, canales de televisión e instituciones. Dirige Zona Futuro de la Feria Internacional del Libro, el evento literario más importante de Hispanoamérica, con más de 1.200.000 visitantes en cada edición. Zona Futuro es el radar de tendencias, estéticas y tecnologías de la Feria, con una programación de vanguardia que incluye más de 100 actividades en 21 días. Además dirige la estrategia de comunicación del Festival del Bosque, 35 recitales entre los árboles durante 3 días que reúnen más de 200.000 personas alrededor de la música de raíz. Lleva adelante su propio sello editorial: Clase Turista, con el que trabaja con gobiernos, museos e instituciones de Argentina, México, España y Bélgica en la generación de proyectos de difusión de la lectura, como "Mental Movies" o "Literatura que suena", que transforma los clásicos de la literatura



argentina en canciones o Portal, una maratón de talleres para niños y adolescentes alrededor del hip hop, los videojuegos, el comic, cosplay y otras nuevas disciplinas. También se desempeña como asesor del Ministerio de Cultura de la Nación en la generación de nuevos públicos y está a cargo de las noticias de MTV para las regiones Sur, Centro y Norte. Dicta talleres de “Desarrollo de proyectos culturales alternativos” en el programa “Industrias Creativas del Futuro Próximo” del Centro de Producción Digital de la provincia de Buenos Aires, y recorre la provincia de Buenos Aires capacitando a emprendedores culturales sobre la creación de proyectos culturales alternativos y la generación de nuevos públicos. Su novela “La naturaleza es la iglesia de Satanás” obtuvo el primer premio del concurso Azabache 2014 de novela breve.

Natalia Taccetta – Estética y Filosofía de la Historia


Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires (UBA) y doctora en Filosofía por la Universidad de París, magíster en Sociología de la Cultura y Análisis Cultura por el Instituto de Altos Estudios Sociales de la Universidad de San Martín. Profesora y licenciada en Filosofía por la UBA e investigadora del Instituto de Filosofía “Alejandro Korn”. Docente en la UBA y en la Universidad Nacional de las Artes, dicta seminarios de grado en la UBA y de posgrado en la Universidad Nacional de La Plata. Trabaja especialmente en temas vinculados a la estética y la filosofía de la historia. Ha publicado en diversos medios nacionales e internacionales y participa activamente en eventos científicos.

Verónica Cura – Industria Cinematográfica

Productora cinematográfica. Fundó su productora Utópica Cine donde desarrolla y produce películas de ficción y documentales, y brinda servicios de producción en la República Argentina. Profesora de la materia troncal de Producción en la ENERC (Escuela Nacional de Realización y Experimentación Cinematográfica). Instructora del “Seminario de Producción”. EICTV (Escuela de San Antonio de los Baños. Cuba). Jurado en diversos festivales y concursos de alcance nacional e internacional. Vicepresidenta de C.A.I.C. (Cámara Argentina de la Industria Cinematográfica). Presidenta de A.P.I.M.A (Asociación de Productores Independientes de Medios Audiovisuales). Algunas películas producidas: “Amor para toda la vida” de Paula Hernández; “El Muerto y ser feliz” de Javier Rebollo, “Las Acacias” de Pablo Giorgelli, “La llamada” de David Nieto Wenzell; “There be Dragons” de Roland Joffe; “And Soon The Darkness” de Marcos Efron; “La mujer sin Cabeza” de Lucrecia Martel; “Fuerza Aérea Sociedad Anónima” de Enrique Piñeyro; “In the eyes abides the heart” de Mary Sweeney; “El Otro” de Ariel Rotter; “Torrente 3” de Santiago Segura; “Cama Adentro” de Jorge Gaggero; “Vida en Falcon” de Jorge Gaggero; “Whisky Romeo Zulu” de Enrique Piñeyro; “Valentín” de Alejandro Agresti; “El viento se llevó lo que” de Alejandro Agresti. “Quereme así, piantao” de Rodolfo Pagliere; “El Día que Maradona conoció a Gardel” de Rodolfo Pagliere; “Moebius”; “Cortázar” de Tristán Bauer, entre otras.

Facundo Solanas – Integración Regional y Políticas Públicas

Investigador adjunto del CONICET y del Instituto de Investigaciones Gino Germani de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. Profesor Adjunto de la Carrera de Sociología



de la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de Mar del Plata. Licenciado en Ciencia Política (1996), docente (desde 1998) y Doctor en Ciencias Sociales (2007) UBA. Master's Degree (DEA) en Gobierno en la Universidad de Paris – Panthéon Sorbonne (2003). Autor de distintas publicaciones, especializado en políticas públicas y procesos de integración regional, con experiencia en gestión.

Raúl Ochoa – Comercio Exterior

Profesor de posgrado en UNTREF de las siguientes Maestrías: Relaciones Comerciales Internacionales Año I y II; Logística y Comercio Internacional; Comercio e Inversiones en Asia Pacífico; Integración latinoamericana; Periodismo documental. En UCA Posgrado de Negocios Internacionales; en UNQ Maestría en Negocios Internacionales y FCE-UBA Especialización de Gestión del Comercio Internacional y la Integración; mentor académico de la Lic. de Comercio Internacional de la Universidad S21. Asesor de Cámaras Empresarias en desarrollo industrial y comercio internacional. Asesor en la Cámara de Diputados de la Nación. Ha sido Subsecretario de Comercio Exterior de la Nación; Consultor contratado por el BID; asesor de la SICPYME, de la Secretaría de Energía; del Ministerio del Interior. Miembro consultor del CARI e integrante del Instituto de Pol. Internacionales de la Academia Nacional de C. Morales y Políticas Coordinador por la UNTREF en el PEA 2010/2016 Tendencias de los mercados internacionales agropecuarios. Coautor en los volúmenes 1-2 y 3 sobre Comercio Internacional de la FSTB. Autor del libro Crecer Exportando- El desafío Competitivo de la Argentina coautora Paloma Ochoa – Ganador dos veces del Premio Manuel Belgrano del CPCE– Escribe para medios nacionales y extranjeros.

Agustina Peretti – Exportación de Bienes Culturales

Licenciada en Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario. Magíster en Integración Latinoamericana de la UNLP. Experta en gestión cultural y cooperación internacional, con una larga trayectoria en el desarrollo de políticas públicas para las industrias culturales. Fue Directora General de Promoción y Exportación de Bienes Culturales del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, área responsable del diseño y desarrollo de acciones de promoción de la oferta exportable de las empresas de base cultural y de diseño de la Ciudad. Presencia en ferias internacionales como Womex, MIDEM, 100% Design. Diseña espacios de negocios y acciones de promoción internacional (Music Net en BAFIM; Muestra de Diseño en París; Intercine en el Festival de Cine Independiente). Brinda capacitación y asistencia técnica en exportación (asociativismo; propiedad intelectual, análisis de mercado); así como estrategias de cooperación y vinculación internacional con organismos locales y del exterior que atiendan a la promoción de las industrias culturales (Fundación Exportar; Bureau Export de la Música Francesa; ICEX). Fue miembro del Gabinete de Asesores de la Subsecretaría de Industrias Culturales del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, desempeñando tareas de cooperación internacional con organismos internacionales (UNESCO, OEA, OEI), organizaciones vinculadas a las industrias culturales (Asociación de Editores de Madrid, WOMEX, IDA, Bureau Export). Coordinó el Área de Cooperación Internacional de la Dirección Nacional de Política Cultural y Cooperación Internacional de la Secretaría de Cultura de la Nación. Coordina la Gerencia de Promoción Comercial de la Fundación Exportar (www.exportar.com).

org.ar), institución mixta destinada a asistir a la comunidad empresarial en la promoción de las exportaciones y al aumento de su competitividad en el plano internacional.

Mónica Boretto – Propiedad Intelectual


Abogada especialista en temas como “Propiedad Intelectual”, “Derecho de autor”, Patentes de invención, “Impacto de las nuevas tecnologías sobre la propiedad intelectual”, “Modelos de utilidad y diseños industriales”, “La propiedad intelectual en el MERCOSUR”, “Derecho de marcas”, “Contratos en materia de propiedad intelectual”, entre otros. Posgrado de Profundización en Derecho de Marcas. Maestría en Derecho Internacional Privado. Doctorado en Derecho Internacional: “La protección de la propiedad intelectual en el entorno digital ¿un cambio de paradigma?” Profesora Titular de la Cátedra de Derechos editoriales y de autor, Carrera de Edición, Facultad de Filosofía y Letras (UBA), y Prof. Adjunta en Derecho Internacional Privado, Facultad de Derecho (UBA). Miembro del IIDA (Instituto Interamericano de Derecho de Autor). Miembro del Instituto de las Comunicaciones y Derecho de Autor, del Colegio Público de Abogados de Capital Federal, de la Asociación para la Difusión del Arte (Asociación Civil). Asesora de la Comisión de Cultura y de Asuntos constitucionales de la Legislatura del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Organizadora y coordinadora de las actividades culturales y del derecho de autor por la Sociedad Argentina de Escritores en la Feria del Libro de Buenos Aires. Fue Asesora legal de la Asociación Argentina de Actores (AAA), y de la Sociedad Argentina de Escritores (SADE). Asesora de la Comisión de Cultura, de Asuntos constitucionales y judiciales de la Legislatura del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Es Consejera titular de la Comisión de Profesionales en Fundación El Libro. Continúa investigando y escribiendo publicaciones sobre la cultura, el mercado y la propiedad intelectual.

Carmen Gómez – Métodos de la Investigación

Licenciada en Sociología de la UBA y Diploma Superior en Ciencias Sociales con mención en Educación, Imágenes y Medios por FLACSO Argentina. Especialista en Investigación Educativa y en Medios Audiovisuales. Desde el 2007 es integrante del Instituto Nacional de Formación Docente, del Ministerio de Educación de la Nación Argentina. Coordinadora de equipos de investigación pedagógica y de dispositivos de formación – De 2010 a 2013 fue JTP de la cátedra Métodos de Investigación de la Licenciatura en Artes Audiovisuales de la UNA. Coordinadora y autora de Televisión digital Interactiva: debates y perspectivas publicado por UNTREF. JTP del Seminario de Proyectos de Investigación de UNLU. Evaluadora externa de proyectos de investigación de JVG, Programa de Voluntariado, UNSA. Docente del 2009 al 2012 de Taller de Tesis del Traductorado de Inglés de CAFI (Centro Académico de Idiomas). Premio Paulo Freire 2014 a la Innovación Educativa por el Proyecto Escritura en Ciencias del INFD. Coordinadora de Investigación del Centro de Pedagogías de Anticipación de CABA. Coordinadora y autora de la investigación evaluativa del postítulo de educación rural a nivel nacional.

Guillermo Santos – Innovación y Desarrollo

Licenciado en Sociología (UBA) y profesor de Historia (ISP “Joaquín V. González”) con estudios de posgrado en Ciencias Sociales e Historia Social (UNLU). Especialista en sistemas tecnológicos sociales.



Es investigador del Instituto de Estudios sobre la Ciencia y la Tecnología (IESCT) de la Universidad Nacional de Quilmes. Sus áreas de incumbencia en investigación incluyen historia y sociología de la tecnología y la innovación. Es candidato a doctor en Ciencias Sociales por la Universidad Nacional de Luján. Realiza una intensa actividad de docencia como profesor de posgrado en diversas universidades nacionales como la Universidad Nacional de Quilmes, la Universidad Nacional de Luján y la Universidad Nacional de General San Martín. También se desempeña como profesor adjunto en la Universidad Nacional de Quilmes y como docente del Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Luján. Ha publicado estudios de historia social y sociología de la tecnología en diversas revistas nacionales e internacionales y publicado recientemente el libro “Innovar en Argentina” en coautoría con Hernán Thomas. Ha sido también asesor técnico en innovación y desarrollo para el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Actualmente es coordinador académico de la Especialización en Gestión de la Tecnología y la Innovación (GTEC) de la Universidad Nacional de San Martín y desarrollador de contenidos para diversas instituciones públicas y privadas de la Argentina.


Esteban Cassin – Innovación y Desarrollo

Psicólogo con Orientación en Psicología Laboral. Cuenta con una experiencia de 20 años en los campos de la transferencia de tecnología, ámbitos y hábitats de innovación, creación de empresas y formación de emprendedores. Realiza actividades de asesoramiento, consultoría, evaluación, gestión, investigación, formación y entrenamiento, tanto en el país como en el exterior, y participa en redes de cooperación, asistencia e intercambio tanto locales como internacionales.

Se desempeña como docente en la Universidad Nacional de San Martín (Centro de Economía de la Innovación y el Desarrollo) y en la Universidad Nacional de Tres de Febrero como Director Académico de la Especialización en Gestión de la Tecnología y la Innovación, así como en la Universidad Nacional de Buenos Aires. Integra las comisiones directivas de la Asociación de Incubadoras de Empresas, Parques y Polos Tecnológicos de la República Argentina (AIPyPT) y de la Federación Bonaerense de Parques Científicos y Tecnológicos. Recientemente ha coordinado el Proyecto para la implantación del Programa de creación de la Red de Incubadoras de Empresas Turísticas del Ministerio de Turismo de la Nación y ha desempeñado actividades en la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Nación, en la Comisión de Investigaciones Científicas de la Provincia de Buenos Aires y formado parte de proyectos para la OEA, la Unión Europea y otras instituciones nacionales e internacionales. Ha publicado, entre otros, los siguientes artículos y trabajos: “Creación y Sostenibilidad de Centros de Apoyo al Desarrollo Empresarial, 2014; “El rol de las universidades en el desarrollo regional: emprendedorismo e innovación, 2011. “Incubadoras de Empresas y Empresas Biotecnológicas innovadoras en el Mercosur”, en colaboración, 2010.

Guillermo Gelonch – Desarrollo de Proyectos

Licenciado en Administración (FCE – UBA). Especialista en Administración Financiera (FCE – UBA). Maestrando en Dirección Estratégica y Tecnológica (ITBA). Docente e investigador de la Universidad Nacional de Tres de Febrero, en carreras de grado y de posgrado, en áreas relacionadas a la gestión de



organizaciones y proyectos. Participó de programas del BID en capacitación técnica a emprendedores. Consultor con experiencia adquirida en el sector privado (Neoris, Petrobras, Orígenes ING, Verizon, Globant, S4) especializado en formulación y gestión de proyectos, análisis organizacional, modelado y reingeniería de procesos y control interno enfocado a procesos y estados financieros.

Fernando Arias – Sistemas de la Información

Fernando Arias es coordinador -desde diciembre 2007- del Observatorio de Industrias Creativas (OIC) de la Ciudad de Buenos Aires que forma parte del Ministerio de Desarrollo Económico del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y participó como investigador desde su conformación en el año 2003. Analista de Sistemas por la Universidad Argentina de la Empresa (UADE), 1980. Licenciado en Sociología por la Facultad de Ciencias Sociales (UBA), 2000. Desde el año 2000 trabaja en temas vinculados con los sistemas de información relativos a las industrias de base cultural y creativa y el análisis de la economía cultural. Ese año fue integrante del equipo de investigación coordinado por Octavio Getino que realizó el estudio “Industrias Culturales: Incidencia Económica y Sociocultural, Intercambios y Políticas de Integración Regional”, Secretaria de Cultura y Medios de Comunicación de la República Argentina, 2001. Es colaborador desde el año 2007 del consejo editor de la Publicación “Indicadores Culturales” del Instituto de Políticas Culturales de la Universidad Nacional Tres de Febrero (UNTREF). Coordinó diversas investigaciones del OIC, entre ellas “La Industria de la Música en la Ciudad de Buenos Aires. Cambios y perspectivas del sector en la era digital” en 2011. En 2012 coordinó la investigación “Relevamiento de recursos de la producción audiovisual argentina” realizada para el Programa Polos Audiovisuales Tecnológicos del Ministerio de Planificación, Inversión Pública y Servicios de la Nación.

Paulina Seivach – Economía de la Cultura

Licenciada en Economía (UBA – Universidad de Buenos Aires) y candidata a Magíster de la Facultad de Ciencias Económicas de la UBA. Especialista en análisis sectoriales de las industrias culturales y en la generación de indicadores económicos relevantes. Tiene varios trabajos publicados sobre el sector de televisión en Argentina, la industria editorial y el sector de videojuegos. Hace varios años se desempeña como jefa de Departamento en el CEDEM, perteneciente a la Dirección General de Estadística y Censos de la Ciudad de Buenos Aires. Anteriormente fue consultora en el Foro Nacional de Competitividad Industrial de la Cadena Productiva de las Industrias de Base Cultural (PNUD – Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo) y escribió en coautoría artículos para CEPAL. Actualmente, es docente en la materia Metodología de la Investigación, en la Maestría en Administración de Organizaciones del Sector Cultural y Creativo, Facultad de Ciencias Económicas de la UBA.

REQUISITOS ADMINISTRATIVOS

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 prerequisites 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).

REQUISITOS DE INGRESO

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 estudiantes 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 PARA LA GRADUACIÓN

Los estudiantes podrán obtener el título de Especialista en Industrias Culturales en la Convergencia Digital, una vez aprobada la totalidad de las actividades curriculares previstas en el Plan de Estudios y un Trabajo Final Integrador.

BECAS

La universidad cuenta con diferentes sistemas de becas para el cursado de las carreras de posgrado.

► Sede Centro Cultural Borges
Viamonte 525, 3er. piso, Pabellón de Las Naciones, CABA (C1053ABK)

► CONTACTO, INFORMES Y ARANCELES
convergenciadigital@untref.edu.ar

<https://industriasculturales-posgradountref.net/>
Facebook: [industriasculturales.posgradountref](https://www.facebook.com/industriasculturales.posgradountref)
Twitter: [@IndCultUntref](https://twitter.com/IndCultUntref)
Linkedin: [industriasculturalesuntref](https://www.linkedin.com/company/industriasculturalesuntref)