

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
Facultad de Ciencias Económicas

Departamento de Administración

Asignatura: **ADMINISTRACIÓN DE LA CULTURA**

Código: 1797

Plan Vigente (*)

Cátedra: DEPTO. DE ADMINISTRACIÓN

Carrera: (*) Lic. en Administración (RCS N.º 1695/24)

Aprobado por Res. Consejo Directivo (FCE)

Nro.: 3944/25

En caso de contradicción entre las normas previstas en la publicación y las dictadas con carácter general por la Universidad o por la Facultad, prevalecerán éstas últimas.

1) ENCUADRE GENERAL

a) Contenidos mínimos

Concepto de cultura, derecho a la cultura, diversidad cultural y su influencia en la sociedad. Administración de las organizaciones culturales: Introducción, fundamentos y análisis. Conceptos y elementos constitutivos de las políticas culturales. Administración cultural y gestión cultural. Cultura y economía. Industrias culturales e industrias creativas. La cadena de valor y métricas culturales. Culturas locales, regionales y su importancia socioeconómica. La influencia de las tecnologías en el ámbito cultural. Gestión y marketing en organizaciones culturales. Modelos y fuentes tradicionales de financiamiento cultural. Estructura de financiamiento en el contexto cultural argentino. Modelos de planificación y evaluación de proyectos culturales y sus consideraciones legales y éticas.

b) Razones que justifican la inclusión de la asignatura dentro del plan de estudios. Su importancia en la formación profesional

La cultura protagoniza un rol destacado en la sociedad, contribuye a la identidad de las personas, fomenta la cohesión social y genera un impacto significativo en la economía. La asignatura Administración de la Cultura se centra, específicamente, en la aplicación de principios y prácticas de administración al contexto de organizaciones, empresas o instituciones que operan en el ámbito cultural.

Las industrias culturales y creativas no sólo enriquecen nuestras vidas con una amplia variedad de expresiones artísticas y culturales, sino que también han experimentado un constante y notable crecimiento en las últimas décadas. A través de sus diversas disciplinas, estas industrias contribuyen de manera significativa al Producto Bruto Interno (PBI) mediante la producción y distribución de bienes y servicios culturales. Asimismo, promueven la innovación, dado que las tendencias culturales pueden influir en el desarrollo de nuevas ideas y enfoques. Una constante evolución de relevancia cultural, económica y social.

La inclusión de la asignatura Administración de la Cultura al Plan de estudios aporta una amplia y diversificada oferta académica, invita a las/os estudiantes a una experiencia interesante para adquirir conocimientos y habilidades que, aunque pueden encontrarse en otros contextos, se abordan desde una perspectiva diferenciada y complementaria a las perspectivas más convencionales, enriqueciendo así su formación académica.

Las unidades temáticas que fundan el Programa, abordan contenidos esenciales que proporcionan una sólida base metodológica a los fines educativos universitarios, promoviendo una comprensión sistémica de la asignatura. Estas unidades abarcan un amplio espectro, que va desde los conceptos fundamentales del conocimiento de la cultura, hasta la aplicación de prácticas y estrategias en la gestión de actividades culturales incluyendo aspectos económicos y financieros, la interacción con las tecnologías en el ámbito cultural y finalmente la ejecución de proyectos culturales.

Cada una de las unidades ofrece una experiencia intelectual enriquecedora que impulsa a las/os estudiantes hacia un conocimiento integral de la administración en el campo cultural. Su versatilidad y

amplitud hacen de estas unidades, una plataforma compacta que fomenta el análisis crítico y define al Programa analítico de la asignatura.

c) Ubicación de la asignatura en el Plan de Estudios y requisitos para su cursada

La asignatura Administración de la Cultura se encuentra dentro del Ciclo Profesional Orientado del Plan de Estudios 2024, como materia optativa.

d) Objetivos del aprendizaje

Objetivo General: Adquirir conocimientos acerca de los aspectos esenciales en la Administración de las organizaciones culturales, con competencias en administración y gestión cultural, economía y marketing cultural, como así también en políticas culturales.

Objetivos Específicos:

- I. Explorar la conceptualización de la cultura, considerando sus dimensiones y alcances más relevantes para su análisis y entendimiento.
- II. Vincular prácticas, herramientas y principios fundamentales de la administración en el contexto de las organizaciones culturales y creativas.
- III. Aplicar los conocimientos teóricos y habilidades prácticas provenientes del campo de la administración cultural, para gestionar y ejecutar proyectos y/o actividades culturales.

2) PROGRAMA ANALITICO

Unidad Temática - Nro. 1

Introducción a la Cultura

Objetivo de aprendizaje:

Comprender los conceptos esenciales de la cultura, así como sus alcances, dimensiones e implicancias.

Temas a desarrollar:

- ¿Qué es cultura? Definiciones y enfoques básicos de la cultura.
- El derecho a la cultura y su influencia en la sociedad.
- Aspectos conceptuales de la diversidad cultural.

Unidad Temática - Nro.2

Administración en las organizaciones culturales y Políticas Culturales

Objetivo de aprendizaje:

Aplicar los conceptos fundamentales de la administración en las organizaciones pertenecientes al sector cultural y creativo, como así también comprender los conceptos y elementos constitutivos de las políticas culturales.

Temas a desarrollar:

- Introducción a la administración de las organizaciones del sector cultural y creativo.
- Fundamentos y análisis de las organizaciones culturales.
- Definición y alcances de políticas culturales.
- Historia de las políticas culturales a nivel global.
- Organigramas, roles y funciones en el ámbito de la cultura.
- Principales desafíos de la administración cultural.
- La gestión cultural y los profesionales de ciencias económicas.

Unidad Temática - Nro. 3**Economía y Cultura****Objetivo de aprendizaje:**

Desarrollar un entendimiento global en la relación entre la cultura y la economía, explorando conceptos, elementos y factores claves de la producción cultural para el análisis del desarrollo económico.

Temas a desarrollar:

- Conceptos fundamentales de la economía de la cultura.
- Características y dinámicas de las industrias culturales y creativas.
- Bienes, servicios, productos culturales y la cadena de valor en las industrias culturales.
- Nociones básicas de los indicadores culturales y análisis de datos en las organizaciones culturales.
- Culturas locales y regionales: Conceptos y exploración de factores relevantes para la contribución cultural, económica y social.
- El impacto de las tecnologías en el ámbito de la cultura. La inteligencia artificial y las expresiones artísticas en constante evolución.

Unidad Temática - Nro. 4**Gestión y Marketing de la Cultura.****Objetivo de aprendizaje:**

Adquirir conocimientos esenciales de la administración de museos, galerías, teatros y otros espacios culturales, aplicando nociones básicas de gestión y marketing cultural.

Temas a desarrollar:

- Museos: Evolución y aportes del marketing. Introducción al desarrollo y ejecución de estrategias de marketing: Planificación e implementación.
- El mercado del arte y su dinámica. Generalidades acerca del circuito comercial de las artes visuales.
- Teatros y su estructura organizativa. Introducción a los proyectos teatrales y elaboración de presupuestos.
- Conceptos claves para atraer al público en eventos culturales.

Unidad Temática - Nro. 5
Financiamiento y Proyectos culturales

Objetivo de aprendizaje:

Adquirir una comprensión sólida acerca del financiamiento. Identificar elementos esenciales de proyectos culturales, aplicando modelos de diseño, planeación estratégica y evaluación de manera efectiva.

Temas a desarrollar:

- Conceptos, modelos y fuentes tradicionales de financiamiento cultural.
- Estructura de financiamiento en el ámbito cultural en Argentina.
- Definición y elementos claves de los proyectos culturales.
- Nociones de Planificación estratégica en proyectos culturales.
- Evaluación de proyectos culturales, enfoques y métodos
- Aspectos legales y éticos acerca de los proyectos culturales.

3) BIBLIOGRAFIA

a) BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA

- Alonso, P. (2020). *Políticas culturales en la Argentina: un recorrido por sus principales planes (1983-2019)*. Cuadernos Del INAP (CUINAP) Instituto Nacional de Administración Pública. Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública
- Asuaga, C. (coord.) et. al (2009). *Un encuentro no casual*. I Seminario Internacional de Cultura, Ciencias Económicas y Derecho. Fundación de Cultura Universitaria.
- Carrasco Arroyo, S. (2006). *Medir la cultura. Una tarea inacabada*. En: Departamento de economía aplicada. Unidad de investigación de economía de la cultura. Universidad de Valencia, España.
- Coelho, T (2009). *Diccionario critico de política cultural. Cultura e imaginario*. Editorial Gedisa S.A. Barcelona, España.
- Constitución Nacional Argentina. (Artículo 75 incisos 19 y 22).
- Convenio Andrés Bello, [CAB], (2015). Guía metodológica para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica.
- Correa, C.M. (2009). *Acceso a la cultura y derecho de propiedad intelectual: La búsqueda de un nuevo equilibrio*. En: ¿Desea guardar los cambios? Ediciones del Centro Cultural España-Córdoba. Argentina.
- Frey, B. (2000). *La economía del arte*. Colección estudios académicos Servicios de estudios La Caixa. Barcelona, España.
- Getino, O. (2007). *El peso de lo intangible*. En: Economía de la cultura. Observatorio Cultural. Posgrado en administración de las artes del espectáculo Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires.
- Gómez de la Iglesia, R. (2006). *Gestores Culturales. Nuevos profesionales y nuevas organizaciones*

- para la complejidad social*. En: Actas del Primer Congreso Internacional sobre la formación de los gestores y técnicos de cultura Servicio de Asistencia y Recursos Culturales (SARC). Valencia, España.
- González Rueda, A. & Ben Andrés. L. (2014). *Gestión Cultural*. En: Manual Atalaya Apoyo a la gestión cultural, Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya. España
- Kotler, N. & Kotler, P. (2008). *Estrategias y marketing de museos*. Editorial Ariel S.A. Barcelona, España.
- Larroca, H. (s.f.). *La rueda magistral. Contenidos de apertura de cada una de las fases del proceso de planificación estratégica participativa*. En: Observatorio Cultural. Instituto de investigaciones en administración, contabilidad y métodos cuantitativos para la creación. (IADCOM). Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires.
- Lausen Sancho, J.R. et.al. (2005). *Cultura y Economía*. Fundación Autor/Iberautor Promociones Culturales S.R.L. Madrid. España.
- Observatorio Vasco de la Cultura. (2018). *Modelos de políticas culturales*. En: Departamento de cultura y política lingüística, Gobierno Vasco.
- Olmos, H. (2008). *Gestión cultural e identidad: claves del desarrollo*. En: Agencia Española de Cooperación internacional para el Desarrollo. Madrid, España.
- ONU. (2016). *Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales*. Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación. Secretaría de Derechos Humanos y Pluralismo Cultural. Argentina. Artículos: (1, 3, 6,12 y 15).
- Pineda de Alcázar, M. (2008). *Las industrias culturales en la era digital*. En: Revista de comunicación social. Comunifé, Vol.8 Nro. VIII.
- Roselló, D. (2017). *Diseño y evaluación de proyectos culturales*, (10° ed.). Editorial Ariel S.A. Barcelona, España.
- Schargarodsky, H. (2009). *Elementos de economía del sector cultural*. En: Observatorio Cultural. Instituto de investigaciones en administración, contabilidad y métodos cuantitativos para la creación. (IADCOM). Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires.
- Schonfeld, S. & Maccari, B. (2014). *Guía de financiamiento público para la cultura y las artes*. Ministerio de Cultura de la Nación, Argentina.
- Towse, R. (2005). *Manual de la economía de la cultura*. Iberautor Promociones Culturales S.R.L. Barcelona. España.
- UNESCO. (1952). Convención Universal sobre Derecho de autor.
- UNESCO. (1982). *Parte IV: Declaración de México sobre las políticas culturales*. En: Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales. Informe final. DF. México.
- UNESCO. (2010). *Políticas para la creatividad. Guía para desarrollo de las industrias culturales y creativas*. Publicado en Argentina por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
- UNESCO. (2023). *Orientaciones relativas a la utilización de los recursos del Fondo Internacional para la Diversidad cultural*.
- Warnier, J. P. (2001). *La mundialización de la cultura*. Editorial Abya Yala.

b) BIBLIOGRAFIA AMPLIATORIA

- Bonet, L. & Schargorodsky, H. (2016). *La gestión de teatros: modelos y estrategias para equipamientos culturales*. Bissap Consulting S.L. Buenos Aires, Argentina.
- Bonet, L. (2007). *El lugar de la economía de la cultura como disciplina contemporánea*. En: Economía de la cultura. Buenos Aires: Observatorio Cultural. Posgrado en administración de las artes del espectáculo Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires.
- Buitrago Restrepo, F. & Duque Márquez, I. (2013). *La economía naranja. Una oportunidad infinita*, Banco Interamericano de desarrollo, New York. EEUU.
- Chiavenato, I. (2017). *Planificación estratégica*. Mc Graw Hill Interamericana Editores. DF, México.
- Colbert, F. & Cuadrado, M. (2003). *Marketing de las artes y la cultura*. Editorial Ariel S.A. Barcelona, España.
- Mintzberg, H. (1984). *La estructuración de las organizaciones*. Ariel Economía. Barcelona. España.
- Onaindia, J. M. (2009). *Cultura y desarrollo: La urgencia de un nuevo pacto social*. En: ¿Desea guardar los cambios? Ediciones del Centro Cultural España-Córdoba. Argentina.
- Robbins, S. & Coulter, M. (2010). *Administración*. (10ª ed.) Pearson Educación, México.
- UNESCO. (2014). *Informe sobre Economía Creativa*. Ampliar los cauces de desarrollo local. Edición especial ONU/PNUD/UNESCO. New York. EEUU.
- Yúdice, G. (2014). *Las industrias culturales y creativas en el entorno digital*. En: Economía Creativa. Ponencia, casos, debates. Observatorio Cultural. Instituto de investigaciones en administración, contabilidad y métodos cuantitativos para la creación. (IADCOM). Secretaria de Investigación y Doctorado, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires.

METODOS DE CONDUCCIÓN DEL APRENDIZAJE

a) Objetivos generales a cumplir en los cursos

Al finalizar la asignatura Administración de la Cultura los/as estudiantes habrán adquirido un sólido conocimiento acerca de los aspectos esenciales de la cultura y de las organizaciones culturales. Desarrollarán competencias en administración y gestión cultural, economía y marketing cultural, como así también en políticas culturales. Asimismo, estarán capacitados para contribuir eficazmente al sector cultural y creativo, promoviendo la diversidad y contribuyendo de manera positiva a la sociedad.

b) Metodología del proceso enseñanza - aprendizaje

La carga horaria de la asignatura es de 4VH. Las clases se desarrollarán en clases regulares teóricas y prácticas. Comprenden la presencialidad en las aulas; el campus virtual de la Facultad y análisis de casos con prácticas resolutivas.

c) Dinámica del dictado de las clases

Se buscará una dinámica de clases que contemple la aplicación de la teoría en las agendas culturales, se prevé la asignación de grupos de estudio, generando así un ámbito áulico idóneo para el intercambio de perspectivas y de reflexiones críticas. Conjuntamente con las clases

regulares, se promoverá la participación de los/as estudiantes en actividades culturales extracurriculares, tales como asistir a eventos culturales, museos, teatros, festivales, exposiciones, así como a charlas y conferencias en administración cultural.

Es relevante enfatizar que las actividades extracurriculares no son de carácter obligatorias. Su propósito es brindar a los/as estudiantes oportunidades adicionales de aprendizaje en contextos del mundo real. Estas actividades fortalecen la comprensión de los temas y contribuyen de manera recíproca al proceso de aprendizaje - enseñanza.

METODOS DE EVALUACION

a) Cursos presenciales y semipresenciales (cursos virtuales y a distancia)

Los/as estudiantes serán evaluados/as en 2 (dos) instancias de exámenes, siguiendo las pautas establecidas (Resolución CD 386/2006).

Los exámenes abordarán tanto aspectos teóricos como prácticos de la asignatura. Es importante destacar que, únicamente los/as estudiantes regulares e inscriptos en el curso podrán participar en dichas evaluaciones.

Se establecen como requisitos de evaluación: a) Asistir al menos al 75 % (setenta y cinco por ciento) de las clases impartidas antes de cada evaluación. b) Participar en 1 (una) actividad grupal. c) Participar al menos del 50% (cincuenta por ciento) en foros u otras actividades asignadas.

Cada parcial resultará aprobado con nota igual o superior a 4 (cuatro) puntos. De acuerdo con la normativa vigente, el/la estudiante, podrá recuperar 1 (una) sola y única instancia, al parcial cuya nota haya sido inferior a 4 (cuatro) puntos o en caso de ausencia.

La instancia de recuperatorio también podrá ser utilizada para aquellos casos que tengan calificaciones iguales o superiores a 4 (cuatro) y menores a 7 (siete) y deseen elevarla nota para alcanzar la promoción. La calificación obtenida en el examen recuperatorio reemplazará a la nota del parcial que se recupera.

Los alumnos que de acuerdo con la Resolución CD 455/2006:

1. hubieran aprobado todas las instancias de evaluación (nota parcial 4 o más puntos) y la nota final fuere siete (7) puntos o más de promedio, serán promovidos automáticamente y su calificación será el promedio resultante de ellas. Cabe agregar que debe entenderse que las evaluaciones individuales serán aquellas que respondan a los exámenes parciales en forma directa o luego de haber aprobado la única prueba recuperatoria a que tienen derecho.
2. hubieran aprobado todas las instancias de evaluación (nota parcial 4 o más puntos) y la nota final fuere cuatro (4) puntos o más puntos de promedio, pero inferiores a siete (7) serán considerados "regulares" a los fines de rendir un examen final de la asignatura, cabe destacar al igual que en el punto anterior sean ellas obtenidas en forma directa o luego de haber aprobado la única prueba recuperatoria a que tienen derecho,
3. que hubieran obtenido, luego de todas las instancias de evaluación, notas finales inferiores a cuatro (4) puntos de promedio se les asignará la nota "insuficiente".

Dado que solamente serán calificados los alumnos inscriptos en la lista del curso respectivo, que brinda la Facultad, aquellos alumnos que hayan asistido a las clases en carácter de

oyentes o voluntarios no podrán presentarse a rendir los exámenes parciales respectivos, por cuanto la Facultad no labrará acta alguna en tales condiciones ni se admitirán cambios

de curso o la rendición de exámenes parciales en otros cursos.

b) Régimen de exámenes finales, intensivos, magistrales y libres

El examen final integrador comprenderá temas teóricos y prácticos de la asignatura, debiendo el/la alumno/a aprobar ambos temarios, para que su calificación resulte promediada, con un puntaje que alcance por lo menos un 60% de los contenidos. Por consiguiente, los alumnos que obtengan una calificación inferior a 4 (cuatro) puntos serán considerados insuficientes y aquellos con una calificación igual o superior a 4 (cuatro) aprobarán la asignatura con dicha nota (Resolución CD 406/2006).

En el caso de cursos intensivos la evaluación se realizará con una nota final para cada alumno inscripto, que surgirá de un único examen final, el promedio de dos exámenes, la combinación de seguimiento de lectura y trabajos prácticos con exámenes parciales

Las calificaciones deberán ser informadas a los alumnos dentro de los 15 días corridos siguientes a la fecha del examen final. En caso de no existir aula disponible, el acto de lectura y entrega de notas se realizará en Sala de Profesores (Resolución CD 374/2006)

c) Criterio de confección del promedio de notas finales

En los casos en que fuere necesario expresar en número entero el promedio de notas parciales o de estas y el examen parcial, se aplicará el número entero superior si la fracción fuere de 0.50 puntos o más y el número entero inferior si fuere de 0.49 o menos. Cuando la nota fuese de 3.01 a 3.99 se calificará con 3 (tres) puntos. (Resolución CS 4994/93).

