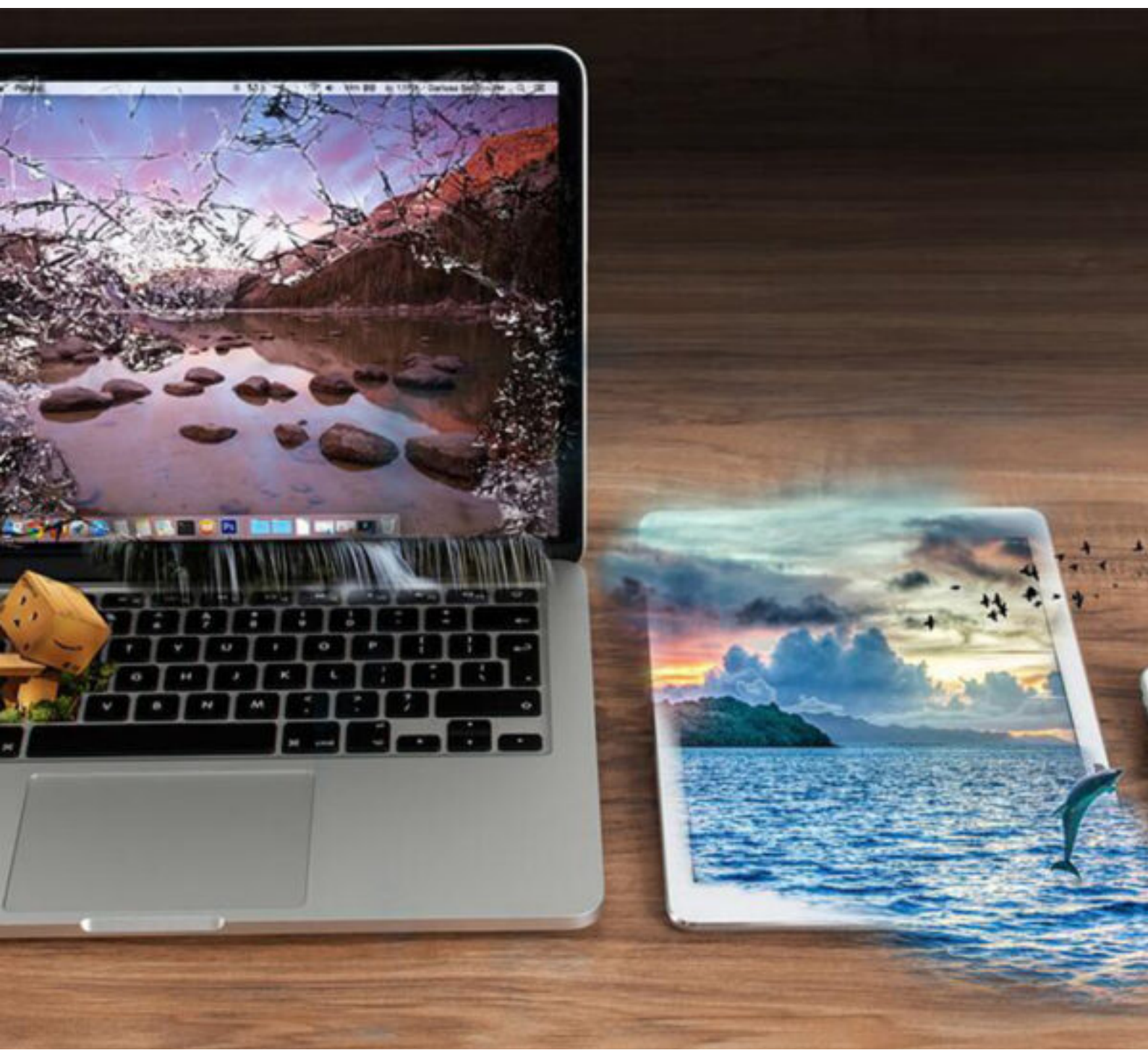


DIPLOMADO ONLINE EN INDUSTRIAS CREATIVAS Y CULTURALES



INTRODUCCIÓN

Diplomado online en Industrias Creativas y Culturales

Organizadores:

Organización de Estados Iberoamericanos y Fundación Ortega-Marañón

Equipo de Dirección:

Natalia Armijos

Aránzazu Álvarez

Joan Álvarez

Federico Buyolo

Modalidad

Online

Duración

6 meses

Inicio:

Febrero 2023

Objetivo general

- Conocer las claves del emprendimiento cultural y creativo en el contexto del ecosistema cultural y creativo iberoamericano.
- Obtener los conocimientos precisos y desarrollar las capacidades idóneas para abordar con éxito el emprendimiento cultural y creativo dominando los procesos de digitalización y globalización.



CONTENIDO



El curso de Diplomado online se compone de:

- 8 módulos de contenidos.
- Foro de estudio.
- Pruebas de evaluación continua.

Cada uno de los módulos será inaugurado con una charla a cargo de una persona de especial relevancia en la materia a tratar impartida de manera sincrónica. Además, cada módulo contará con una serie de videos que complementan la clase sincrónica, así como bibliografía para el estudio individualizado. El módulo será superado mediante una Prueba de Evaluación Permanente.

Durante la ejecución del curso el alumnado dispondrá de una tutorización permanente para el mejor aprovechamiento de los contenidos y aprendizajes.

Para concluir, la evaluación del Diplomado online se realizará durante una clase sincrónica donde se evaluarán los conocimientos adquiridos y el desarrollo de las capacidades.

Módulos

- *La economía de la cultura.*
- *El enfoque empresarial de la cultura. Perfiles del emprendimiento en las sociedades el siglo XXI.*
- *El proceso de la creación artística y cultural en las diferentes disciplinas y modalidades.*
- *La producción de bienes y servicios culturales.*
- *El impacto del cambio digital en la cultura.*
- *La innovación como factor clave de la creatividad y de la creación artística y cultural.*
- *Tendencias actuales del consumo de cultura y nuevas audiencias para la producción cultural.*
- *La comunicación por redes y el trabajo en red: claves para los emprendimientos culturales.*

TEMARIO MÓDULOS

Economía de la cultura

- Concepciones y usos de la cultura: de la formación de la personalidad a la producción y consumo de mercancías altamente especializadas.
- Lugar de la economía en el ecosistema cultural de una nación o de un conjunto de naciones.
- Una mirada retrospectiva a los procesos de la industrialización de la cultura en el siglo XX.
- Creación y consolidación de los mercados y los circuitos de distribución actuales (variaciones según disciplinas, la lógica mainstream-producto local y las grandes áreas lingüísticas).
- Regulación de los mercados por la normativa de la OMC. La disputa del audiovisual. Desregulación y oligopolio de los mercados como efectos de Internet.
- Historia y presente de las Industrias Culturales y Creativas. Industria e industrialización en el caso iberoamericano.
- Impacto de la Covid-19 en las ICC de Iberoamérica.

El enfoque empresarial de la cultura. Perfiles del emprendimiento en las sociedades el siglo XXI

- Especificidad del emprendimiento en la situación actual de las ICC.
- La figura social del emprendedor, complemento del perfil económico.
- Origen o impulso inicial del emprendimiento según las diferentes prácticas.
- Creador, productor y distribuidor, tres vértices del triángulo emprendedor.
- El emprendimiento de un proyecto o serie de proyectos.
- Ámbitos específicos de la actuación del emprendedor. Modelos y perfiles: Showrunner, director o guionista; el músico creador de un grupo; el artista o promotor de una intervención artística en un contexto determinado; el promotor de empleo de recursos culturales para acciones de carácter social; el creador de festivales, foros o certámenes.
- El emprendedor y las políticas de apoyo al emprendimiento en el marco actual iberoamericano.

TEMARIO MÓDULOS

El proceso de la creación artística y cultural en las diferentes disciplinas y modalidades

- Pluralismo de visiones sobre la creación artística y cultural. Genealogía y actualidad.
- Los grupos de la creación artística y cultural: artes plásticas, artes escénicas, contenidos audiovisuales, música, literatura y edición, exhibición y distribución, artes y actividades performativas, utilización transversal de los contenidos culturales en otras ramas de actividad económica o social.
- La cultura como círculo central de la creatividad. Una visión de 360°.
- La creación y los formatos. El lugar de la innovación.
- Gramáticas creativas de referencia: clasicismo, vanguardismo, originalidad, postmodernidad, eclecticismo.
- Casticismo y cosmopolitismo.
- La relación del creador con sus audiencias en el proceso de creación actual.
- Teorías del éxito (de ventas y/o de prestigio).
- Funciones y efectos del valor social de la cultura en la creación de la obra.
- Los derechos de autor desde el punto de vista del creador.

La producción de bienes y servicios culturales

- Definición e ingredientes de la producción cultural.
- Tipos de producción: ejecutiva, delegada, mancomunada, cooperativa.
- Evolución y antecedentes de la producción artística y cultural en los diferentes países iberoamericanos.
- Modalidades de la producción según las disciplinas y la naturaleza del proyecto o producto.
- Los servicios culturales como espacio de intervención del emprendedor.
- La producción, el emprendimiento y los derechos de autor.
- La regulación legal de las relaciones del productor y/o el emprendedor.
- Capacidades y habilidades del promotor: de la comprensión del potencial de los productos culturales al análisis correcto de los mercados y del ecosistema. Información sobre la evolución de la sociedad y de las fuentes de financiación.

TEMARIO MÓDULOS

Impacto del cambio digital en la cultura

- La digitalización, sus contornos y su interpretación correcta.
- Impacto de la digitalización en los círculos sucesivos de la creación, la producción y la distribución de los bienes culturales. Artes y cultura sincrónicas, arte y cultura asincrónica.
- Nuevos sistemas de trabajo impulsados por la digitalización.
- Cultura para la difusión digital y cultura directamente digital como escenarios para el emprendimiento.
- Los derechos de autor y el universo digital
- La extensión de lo viral durante la Covid-19.
- La extensión y consolidación del mercado digital en el espacio iberoamericano.

La innovación como factor clave de la creatividad y de la creación artística y cultural

- El valor de la innovación en las sociedades actuales.
- Teorías de la innovación como fundamento de las empresas y los emprendimientos.
- El consumo cultural y el valor de la innovación como clave del éxito.
- Herramientas de innovación digitales: el algoritmo y la Inteligencia Artificial. Su manejo desde el emprendimiento de proyectos.
- La cuarta revolución industrial y la multiplicación de los contenidos y referentes culturales como fundamento de la producción industrial creativa.
- Oportunidades para el emprendimiento.

TEMARIO MÓDULOS

Tendencias actuales del consumo de cultura y nuevas audiencias para el producto cultural

- Bases del consumo cultural.
- Diferencias del producto cultural con relación a otros productos de consumo.
- La oferta de mercado y la programación pública o semi pública.
- Consumo de pago y acceso gratuito.
- La creación de mercados: escuela, mercadotecnia, advocacy.
- La extensión y diversificación de los públicos.
- La teoría de la larga cola.
- Procesos del mainstream y de los cánones lingüístico, ideológico o nacional.

La comunicación por redes y el trabajo en red, claves para los emprendimientos culturales

- Los procesos de comunicación en el emprendimiento cultural.
- Las redes sociales y las redes colaborativas.
- La cultura conectada (comunicada) y las claves para su impulso.
- Papel del promotor como centro de procesos complejos de creación, producción y marketing. El ejemplo del *Showrunner* de una serie *Premium* de tv.
- El equipo emprendedor: creador, tecnólogo, investigador, productor y vendedor o difusor.
- Conocimientos idóneos para la gestión de centros y programas públicos y empresas mercantiles en el espacio cultural iberoamericano en la coyuntura actual.

PROFESORADO

María Santoyo

Licenciada en Historia del Arte por la Universidad Complutense de Madrid. Investigadora y profesora especialista en historia de la fotografía y análisis de la imagen.



Gemma Carbó

Directora del Museu Vida Rural de la Fundación Carulla. Ha sido Presidenta de la Fundación Interarts.

Joan Álvarez

Director de la Cátedra de Diplomacia Cultural IEEI. Ha sido Director de la Academia del Cine y del Instituto Cervantes en Casablanca y Estocolmo.



Iván Cerdán

Escritor y Director de cine, cuenta en su haber diversos premios por su actividad literaria y cineasta.

Magda Dodds

Gestora cultural, asesora cultural del Ministerio de Cultura de Argentina. Cantante



Cristian Figueroa

Productor y académico chileno. Ha sido Director de Escuela de Teatro de la Universidad de Valparaíso.

Diana Lara

Coordinadora de prensa del Museo Nacional Centro de Arte Reina. Ha trabajado en las principales instituciones culturales de España.



Marissa Reyes

Economista de la UNAM. Académica especializada en temas de Economía de la Cultura, principalmente en Industrias culturales y creativas y gestión cultural,

METODOLOGÍA

El desarrollo de los contenidos de cada módulo se realizará mediante las siguientes actividades:

- Una clase sincrónica que se celebrará los lunes a las 18.00hs (hora Madrid). Las clases sincrónicas tendrán una hora de duración y tienen como objetivo exponer los contenidos esenciales del módulo.
- 8 píldoras formativas con una duración de entre 10 y 15 minutos donde se desarrollan los contenidos del módulo.
- Una tarea de evaluación corta (2/3 hojas). Puede ser de carácter práctico o conceptual en función de los contenidos del módulo y de la preferencia de el/la docente.
- Recursos complementarios (vídeos, websites, artículos, proyectos de investigación, podcasts, etc...), que integrarán el capítulo de “Bibliografía y material complementario” en el que se le recomienda al alumno otros recursos de interés sobre el tema.
- La participación activa en el foro de debate de la asignatura donde el profesorado lanzará preguntas sobre los temas tratados.



INSCRÍBETE

Diplomado online en Industrias Creativas y Culturales

Organizadores:

Organización de Estados Iberoamericanos y Fundación Ortega-Marañón

Para más información:

Instituto Universitario Ortega-Marañón

c/ Colegiata, 9 – 28012 Madrid

Tel: (+34) 91 700 41 30

infocursos@fogm.es

Datos básicos

Duración: 6 meses

Comienzo: Febrero 2023

Precio: 900 dólares

Fecha final de inscripción: 15 de Enero

Formulario de inscripción

<https://iuiog.com/formacion/masteres-profesionales/diplomado-online-en-industrias-creativas-y-culturales/reserva-de-plaza-diplomado-online-en-industrias-creativas-y-culturales/>

