

LICENCIATURA EN PERITAJE Y  
VALUACIÓN DE OBRAS DE ARTE

**Programa**

**“GESTIÓN DE PROYECTOS  
INTERDISCIPLINARIOS”**

**Profesores:**

Titular: Mag. María Celina Marco

**2019**

**Programa - 2019**

**Carrera:** Licenciatura en Peritaje y Valuación de Obras de Arte

**Materia:** GESTIÓN DE PROYECTOS INTERDISCIPLINARIOS

**Carga Horaria:** 2 hs. Semanales

**Comisión:** TNA

---

**1.- FUNDAMENTACIÓN**

La asignatura Gestión de Proyectos Interdisciplinarios permite conocer y manejar herramientas para los proyectos culturales, su evaluación e inserción productiva y posibilidades de financiamiento en el marco de una economía de la cultura.

La Gestión implica el conocimiento teórico y práctico de pasos y articulaciones necesarias para llevar adelante objetivos propios de un proyecto o iniciativa cultural.

Esto hace imprescindible el funcionamiento coordinado de los procesos de planificación, dirección, organización y control para garantizar una visión de proyección y desarrollo.

La gestión de un proyecto interdisciplinario cultural que es llevado a buen puerto es capaz de responder a las necesidades o problemas de una institución o comunidad, de enlazar los constantes cambios sociales y transformar u optimizar procesos existentes.

El curso propone otorgar herramientas actuales para el desarrollo de proyectos culturales con una aplicación en el ámbito real atendiendo a las particularidades del contexto local y las posibilidades de financiamiento cultural que existen para cada tipo de iniciativa.

El enfoque propuesto para esta gestión de proyectos contemplará y promoverá el cruce de disciplinas como una forma de enriquecimiento de las propuestas y se demostrará como ello permitiría la inserción de las iniciativas en contextos de mayor apertura y amplitud.

Se considerará la cultura y la economía de la cultura como el ámbito posible para la gestión de estos proyectos. Se atenderá a las dimensiones de la gestión cultural (dimensión ética, social, política y operacional) y sus diálogos con la industria cultural, creativa y los diferentes actores que conforman la escena.

## **2.- OBJETIVOS**

Los objetivos generales que se espera alcancen los alumnos al finalizar el curso son los siguientes: (de conocimiento, de valoración y aplicación).

- Desarrollar un plan de gestión cultural y su implementación para la iniciativa de un proyecto propuesto por el alumno.
- Alentar la creación de un proyecto cultural con viabilidad en su producción, gestión y financiación.
- Adquirir destrezas en el uso de estrategias metodológicas, técnicas y recursos didácticos de la asignatura y generar un ámbito de debate y colaboración profesional para enriquecer los proyectos culturales que los alumnos propongan.
- Reflexionar sobre las principales problemáticas de la economía de la cultura en el marco de las políticas culturales, la gestión y las transformaciones de las ciudades y sociedades contemporáneas.
- Comprender las oportunidades que brinda el consumo cultural como práctica económica y significativa.
- Desarrollar una comprensión integradora de la financiación cultural en el marco de una Economía de la Cultura, cuya definición se ha constituido en torno a las industrias culturales, la moda, el diseño, el turismo, la gastronomía, el consumo y los procesos de gentrificación.
- Distinguir los aspectos de un emprendimiento Creativo; Oportunidad de Cambio, Objetivos, Identidad, Áreas de Negocio, FODA, Riesgos y Planificación.
- Identificar los principales programas públicos de financiación de proyectos culturales y su funcionamiento.

## **3.- CONTENIDOS FORMATIVOS**

### **UNIDAD I**

#### **Comprensión de la escena artística internacional contemporánea:**

- Cruces disciplinarios en proyectos culturales.
- Convivencia en iniciativas con discursos provenientes de ámbitos artísticos y extra – artísticos como la publicidad, los medios masivos de comunicación, el arte visual contemporáneo, la fotografía, el video, performance y su vínculo con las instituciones culturales y el patrimonio museable.

*La Marca País* y el *City Marketing*, inversiones, exportaciones, experiencias turísticas y gastronomía en el consumo cultural.

Estudio de casos en torno a las artes y el urbanismo: circuitos culturales, bienales, ferias de arte, festivales, promoción de barrios emergentes y gentrificación.

Identificación de un Estado de la Cuestión de la escena local en relación a iniciativas relacionadas al Peritaje y Valuación de Obras de Arte.

## UNIDAD II

### Gestión y Financiamiento de Proyectos Culturales y Artísticos.

Conceptos claves en la Gestión Cultural.

La Gestión y los Proyectos Culturales:

Definición de un proyecto cultural.

Definiciones y particularidades del *producto cultural*.

Elementos y Partes de la formulación y diseño de un proyecto cultural.

- Pautas para la presentación de proyectos.
- Armado de un *árbol de problemas* para la confección del objetivo general y específicos.
- Identificación del público destinatario.
- Gestión de Recursos para proyectos culturales:
  - Convocatorias y fondos internacionales.
  - Cooperación internacional: Organismos y tipos de cooperación. Premios y Becas.
  - Fondo Nacional de las Artes: Becas, Subsidios, Préstamos
  - Fondo Metropolitano de las Artes y las Ciencias
  - Ley de Mecenazgo
  - Ley circulación obras de arte y su nueva reglamentación.
  - Fondos UNESCO para la cultura.
  - Herramientas de comunicación y difusión. Herramientas y diagramas de planificación. Armado de herramientas de trabajo colectivo. Armado de una base de datos online. Redacción gacetilla de prensa. Mailchimp. Página en wix online.
  - Ítems para el armado de un brief de proyecto cultural y su gestión e implementación.

## UNIDAD III

### Gestión de recursos y Fuentes de Ingreso.

Presupuesto económico y financiero.

Desarrollo de un lienzo de Modelos de Negocio.

Actividades clave, Socios clave (Key Partners) para la Gestión de un Proyecto Cultural.

Diagramas de trabajo.

#### 4.- BIBLIOGRAFÍA

##### 4.1. - *Bibliografía Obligatoria:*

AA.VV (2014) "El Atlas de las ciudades. El mundo a través de sus grandes conglomerados urbanos". Le monde diplomatique. Capital intelectual, Buenos Aires.

AA.VV (2011) "Guía. Introducción a la Gestión e Infraestructura de un Centro Cultural. Guía para la Gestión de Proyectos Culturales". Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Gobierno de Chile. En: <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2013/04/guia-para-la-gestion-de-proyectos-culturales.pdf>

Alvaro Delgado-Gal. (2006). "Arte y dinero". *Revista de libros*, num 120.

Balibrea, Mari Paz (2011) "Barcelona: del modelo a la marca. Caso de estudio". En: YProductions <http://www.ypsite.net/recursos/biblioteca/documentos/barcelona>

Barrandeguy, Julia. (2016). "Comunicar Cultura" Gestión Cultural Pública, Coordinadas, Herramientas, Proyectos. Dirección Nacional de formación Cultural. Ministerio de cultura, Presidencia de la Nación , Argentina.

Bayardo, Rubens (2015) "Anegados en la cultura. Be Creative!" En: Quevedo, Luis Alberto (Coord.) La cultura argentina hoy. Siglo XXI Editores, Buenos Aires.

Bayardo, Rubens (2013) "Cultura, economía y economía de la cultura" En: Voces en el Fénix no 29, pp. 14-21, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires.

Canclini García, Nestor (2012) "La Sociedad sin Relato. Antropología y estética de la inminencia". Buenos Aires: Katz Editores.

Cortes de Lira, Ana Carla (2012) "Los megaeventos y sus consecuencias urbanas. Posibles perspectivas hacia futuras experiencias brasileñas" En: Arxiu d'Etnografia de Catalunya, no 12.

Fiori Arantes, Otilia (2000) "Imagen y city-marketing en las nuevas estrategias urbanas". En Punto de Vista, Revista de Cultura, no 66, Buenos Aires, 2000.

Fleck, Robert (2014) "El sistema del Arte en el siglo XXI. Museos, artistas, coleccionistas, galerías". Buenos Aires: Mar Dulce Editora.

Graw, Isabelle (2013) "¿Cuánto vale el arte?. Mercado, especulación y cultura de la celebridad". Buenos Aires: Mar Dulce Editora.

Igarza, Roberto (2009). Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural. Cap.2 "La sociedad del ocio intersticial" pp. 33 - 66. La Crujía, Buenos Aires.

Moulin, Raymonde. (2012). "El mercado del arte. Mundialización y nuevas tecnologías". La marca editora, Buenos Aires.

Palma, Luis A. y Aguado, Luis, F. (2010) "Economía de la Cultura. Una nueva área de especialización de la economía" En: Revista de Economía Institucional, vol. 12, no 22, Primer Semestre.

Ptqk, María (2010) "Be creative under-class! Mitos, paradojas y estrategias de la economía del talento". Biblioteca YP, [www.ypsite.net](http://www.ypsite.net).

Rama, Claudio (2003) "La comercialización global de la cultura" En: Economía de las industrias culturales en la globalización digital, pp. 105 – 158. Eudeba, Buenos Aires.

Rosler, Martha (2017) "Clase Cultural. Arte y gentrificación". *Caja Negra Editora*. Buenos Aires.

Stolovich, Luis et al. (1997) "La cultura da trabajo. Entre la creación y el negocio: economía y cultura en el Uruguay", pp. 29 – 54 y pp. 55 – 68, Editorial Fin de Siglo, Montevideo.

UNESCO (2005) Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. UNESCO, Paris.

Wortman, Ana y Bayardo, Rubens (2012) "Estudios recientes sobre consumos culturales en Argentina". En: Alteridades no 44, pp. 11-21, Universidad Autónoma Metropolitana, México.

Yudice, George (2002) "El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global." pp. 23 – 55, Editorial Gedisa, Barcelona.

## 5.- METODOLOGÍA DE TRABAJO Y ENSEÑANZA

El programa se desarrollará mediante la modalidad de clases teórico – prácticas utilizando los recursos adecuados para alcanzar los objetivos propuestos.

Se prevé una activa participación de los alumnos en las clases, que incluye la lectura previa de la bibliografía indicada para favorecer la interacción.

Se realizarán actividades grupales e individuales. Se potenciará la investigación y reflexión.

Se presentarán casos reales de Gestión de proyectos culturales a través de la participación de invitados que son referentes en el campo artístico.

Se propone salidas grupales para entrar en contacto con referentes de instituciones culturales cuyo funcionamiento y gestión atiendan a la interdisciplinariedad.

## **6.- PAUTAS DE ACREDITACIÓN Y EVALUACIÓN**

- Participación oral en clase. Se considera la intensidad de la participación en clase (alta, media, baja o nula), la calidad de la misma (alta, media, baja) y si es voluntaria o solicitada.
- Trabajos Prácticos: Trabajo de campo y de investigación grupal, que puede ser solicitado por el profesor para ser entregado durante la cursada de la materia o al finalizar la misma. Cumplimiento de las pautas de entrega y estructura del trabajo. Utilización de vocabulario disciplinar y elaboración de conclusiones.
- Evaluación Final: evaluación oral individual, con previo aviso y se toma al finalizar el dictado de la materia. Se evaluará el plan de realización de un proyecto cultural con viabilidad en su producción y financiación.

## **7.- CRONOGRAMA**

**Evaluación parcial de medio término: martes 21 de mayo.**

**-Recuperatorio y devolución correcciones: martes 28 de mayo.**

**Entrega de trabajo final de la materia y presentación: martes 11 de junio.**

**-Recuperatorio y devolución correcciones: martes 18 de junio.**