

A vibrant outdoor market stall, likely in a traditional Andean setting. The stall is covered with a large, patterned umbrella and displays a variety of colorful textiles, including woven fabrics and shawls. A person wearing a blue hat and a purple top is visible in the background, walking through the market. The ground is paved with cobblestones, and the overall atmosphere is one of a bustling, traditional marketplace.

# ECONOMÍA, CULTURA E INDUSTRIAS CREATIVAS

INICIO: 19 DE JUNIO



EXTENSIÓN  
PROFESIONAL

MALI



MODALIDAD  
VIRTUAL



¿Cómo es la relación entre economía, las artes y la cultura? A pesar de que el debate sobre esta relación ha sido más intensa en los últimos años, esta tiene historia de larga data, cuyas idas y venidas han consolidado las nuevas dinámicas que hoy incluyen conceptos como el desarrollo, la globalización y las industrias culturales.

En el campo de la gestión cultural también han influido los procesos económicos. Así, hoy podemos debatir y reflexionar sobre los mercados del arte, el consumo de bienes y servicios culturales, entre otros. De esta manera, la labor del gestor cultural se torna creativa y reflexiva sobre el aporte económico de la cultura.

**En este curso se analizarán críticamente las relaciones entre los campos de la economía y la cultura. Asimismo se pondrá especial énfasis en el estudio de las industrias creativas, teniendo en cuenta la expansión del sector en las economías nacionales.**

## COMPETENCIAS

- El alumno incorpora los conceptos de desarrollo, cultura e industrias creativas, así como información actual sobre los procesos que vinculan ambos campos.
- Desarrolla una visión crítica sobre las relaciones entre la economía y la cultura en el Perú y el mundo actual, para que asumir y trabajar desde su propio campo de interés.

## DIRIGIDO A

El curso se ofrece a trabajadores de organizaciones culturales públicas y privadas, funcionarios de entidades e instancias regionales y municipales de cultura, profesionales con iniciativas en el sector cultural o áreas afines, profesionales de otros sectores interesados en la gestión cultural y personas interesadas en la gestión cultural.



## Patricia Fernández Castillo

Magíster en Gestión Cultural y candidata a Doctora en el Programa de Gestión de la Cultura y el Patrimonio de la Universidad de Barcelona, España. Especialista en políticas educativas y culturales, turismo, patrimonio inmaterial, estudios culturales, género, interculturalidad, educación y formación de públicos para la cultura.

Cuenta con experiencia en construcción participativa de políticas educativas y en proyectos de turismo cultural comunitario en España, Colombia y Bolivia. Ha sido asesora en el Ministerio de Educación del Perú y consultora en la carrera de Turismo en la USIL. Actualmente es docente de la PUCP en el área de Investigación en la Maestría de Gerencia Social y consultora y asesora para la cátedra de mediación de lectura, escritura y bibliotecas del Ministerio de Cultura, Casa de la Literatura Peruana y Biblioteca Nacional del Perú. También ejerce la investigación como consultora miembro de LABTATC de la Universidad de Barcelona.

# DOCENTE

## CONTENIDOS

### ■ RELACIÓN ENTRE ECONOMÍA Y CULTURA

Se desarrollan los conceptos fundamentales vinculados a la relación entre economía y cultura; así también, se reflexionará sobre las diferentes tendencias del desarrollo del pensamiento económico mundial y nacional.

### ■ CULTURA, DESARROLLO Y GLOBALIZACIÓN

Se busca conocer y reflexionar sobre el proceso histórico y social que ha significado el desarrollo, desde su visión económica hasta la concepción de desarrollo eco sostenible. También, reflexionar acerca del sentido de los tratados internacionales y cómo afectan a la cultura.

### ■ LA TEORÍA ECONÓMICA APLICADA A LA CULTURA

El alumnado conoce acerca de la teoría del valor y su importancia para el análisis económico de los bienes y servicios culturales; cuya estrategia de análisis difiere de otros bienes de consumo.

### ■ EL MERCADO DE LAS ARTES Y LA CULTURA

Reflexión acerca de la tendencia neoliberal del mercado económico global y cómo éste afecta la producción y el consumo de los bienes y servicios culturales. Se complementará los conocimientos con el debate de casos paradigmáticos del mercado cultural.

### ■ LAS INDUSTRIAS CULTURALES (IC)

El alumnado investiga y conoce acerca de las IC y cómo han transformado la vida de las personas a partir del avance de la innovación tecnológica y el ingreso de la creatividad como valor socio cultural y económico.

### ■ EL RETO DE LAS IC

Se explora y reflexiona sobre las nuevas formas de creación de bienes y servicios a partir de las artes y la cultura. Además, se manejan recursos básicos para el análisis de la información estadística vinculada a la cultura y su importancia para el desarrollo de políticas culturales.



# METODOLOGÍA



## MODALIDAD ONLINE

Consta de sesiones sincrónicas, a través de la plataforma ZOOM.



## SESIONES GRABADAS

Los alumnos tienen acceso a las clases grabadas, durante la duración del curso.



## MATERIALES

Contenido audiovisual y literario que complementa el aprendizaje virtual.



## INTERACCIÓN

Participación activa y retroalimentativa entre alumnos y docente.

Para una mejor experiencia de aprendizaje, se recomienda:

- Acceder a través de una PC o laptop.
- Contar con conexión por cable de red o señal estable de Wi-Fi.
- Descargar y crearse una cuenta en la plataforma **ZOOM**.
- Contar con micrófono.

## INICIO

### ■ SÁBADO 19 DE JUNIO DE 2021

#### Fechas de las sesiones en directo:

19 y 26 de junio; 3, 10, 17 y 24 de julio.

#### Horario\*:

- Sábados de 2:30 p.m. a 6 p.m. (Perú, Colombia, Ecuador y México)
- Sábados de 3:30 p.m. a 7 p.m. (Bolivia, Chile, Paraguay)
- Sábados de 4:30 p.m. a 8 p.m. (Argentina, Uruguay)

\*Break de 30 minutos a mitad de cada sesión

**Duración:** 18 horas

## CERTIFICACIÓN

Se emite certificado, que contempla las 18 horas de clases, a nombre del Museo de Arte de Lima - MALI.

**Requisito:** Participar en más del 50% de las sesiones y aprobar el curso.





# INSCRIPCIONES

## ■ INVERSIÓN

**Inversión única:** S/690

**Financiamiento:** dos cuotas de S/390 (antes de la 1.º y 3.º clase)

## ■ DESCUENTOS\*

- 30% por pronto pago hasta el 19 de abril de 2021.
- 20% por pronto pago hasta el 19 de mayo de 2021.
- 20% por grupo de tres personas a más.
- 20% a miembros del PAM (Programa Amigos del MALI).
- 10% por grupo de dos personas.

\*Descuentos no acumulables. No aplica descuentos si se cancela en dos cuotas.

## ■ INSCRIPCIONES\*

Realizar el depósito o transferencia en la cuenta del MALI:

BCP AHORRO SOLES

Cuenta bancaria: 191-34389140-0-03

Cuenta interbancaria (CCI): 002 191 134389140003 51

ASOCIACIÓN MUSEO DE ARTE DE LIMA

RUC: 20168496690

y enviar el comprobante a [extension@mali.pe](mailto:extension@mali.pe) junto con los siguientes datos del alumno: nombres y apellidos completos, DNI, teléfono móvil, correo electrónico, fecha de nacimiento, distrito de residencia, curso y horario.

Si te inscribes fuera de Perú, solicita el procedimiento a [extension@mali.pe](mailto:extension@mali.pe)

\* El MALI se reserva el derecho a postergar o cancelar el curso en caso no cuente con un mínimo de inscripciones. De cancelarse, se procederá con la devolución de la inversión.

## INFORMES E INSCRIPCIONES

Angel Chumpitasi

[extension@mali.pe](mailto:extension@mali.pe)

[Whatsapp](#)

Encuétranos en:

[f](#) [@](#) /CURSOSMALI

[www.mali.pe/educacion/](http://www.mali.pe/educacion/)

**MALI**