

Curso

## **Difusión cultural y mercado de la cultura: entre instituciones y empresas.**

Imparte:

MTRO. SEALTIEL ALATRISTE

### **Semblanza curricular:**

Nació en México en 1949. Licenciado en Administración de Empresas y Letras Españolas por la Universidad Nacional Autónoma de México. Tiene el grado de maestría en Estudios Latinoamericanos por la Universidad de Cambridge. Fundador de la librería *El Juglar* y de la Editorial *Nueva Imagen*, este hombre de cultura ha colaborado en diversas editoriales como Aguilar, Altea, Taurus y Alfaguara. Fue director para América Latina del Grupo Santillana, Cónsul General de México en Barcelona y director de Literatura de la UNAM. Actualmente, desempeña el cargo de Coordinador de Difusión Cultural en la UNAM y colabora en diversos medios como el periódico Reforma, además de ser ponente invitado en diferentes instancias nacionales e internacionales. Entre sus novelas podemos citar: *Por vivir en Quinto Patio* (Joaquín Mortiz, 1985; Planeta, 1994; Alfaguara, 2009); *Tan pordiosero el cuerpo* (Fondo de Cultura Económica, 1987, 1994, 2010); *Quien sepa de amores* (Joaquín Mortiz, 1989; Planeta, 1994); *Verdad de Amor* (Premio Internacional de Novela Planeta/Joaquín Mortiz, 1991); *Besos pintados de carmín* (Alfaguara, 2008).

### **Objetivos:**

- Mostrar a los estudiantes de Humanidades el campo de trabajo que hay en las llamadas “actividades culturales” (tanto en las instituciones que se dedican a la difusión de la cultura como en las industrias culturales).
- Analizar el concepto de mercado de la cultura y su influencia tanto en la difusión cultural institucional como en el desarrollo de las empresas.

## **Temario: (Título de cada conferencia)**

SESIÓN 1. Aproximaciones al concepto de la cultura.

SESIÓN 2. ¿Es lo mismo hablar de cultura que de bellas artes?

SESIÓN 3. Promoción de la cultura y difusión cultural.

SESIÓN 4. ¿Qué podemos entender por educación en la cultura?

SESIÓN 5. ¿Qué es consumo cultural?

SESIÓN 6. ¿Quiénes son los productores de la cultura y quiénes son los artistas?

SESIÓN 7. ¿Qué es el mercado de la cultura? Parte I.

SESIÓN 8. ¿Qué es el mercado de la cultura? Parte II.

SESIÓN 9. ¿Qué es la mercadotecnia cultural? Parte I.

SESIÓN 10. ¿Qué es la mercadotecnia cultural? Parte II.

SESIÓN 11. Industrias culturales: sector editorial.

SESIÓN 12. Industrias culturales: teatro y cine.

SESIÓN 13. Industrias culturales: medios de comunicación (TV y radio).

SESIÓN 14. Industrias culturales: música.

SESIÓN 15. Industrias culturales: nuevas propuestas.

SESIÓN 16. Conclusiones

## **Formas de evaluación:**

Trabajo final sobre los temas que se sugerirán a partir de la sesión 11.