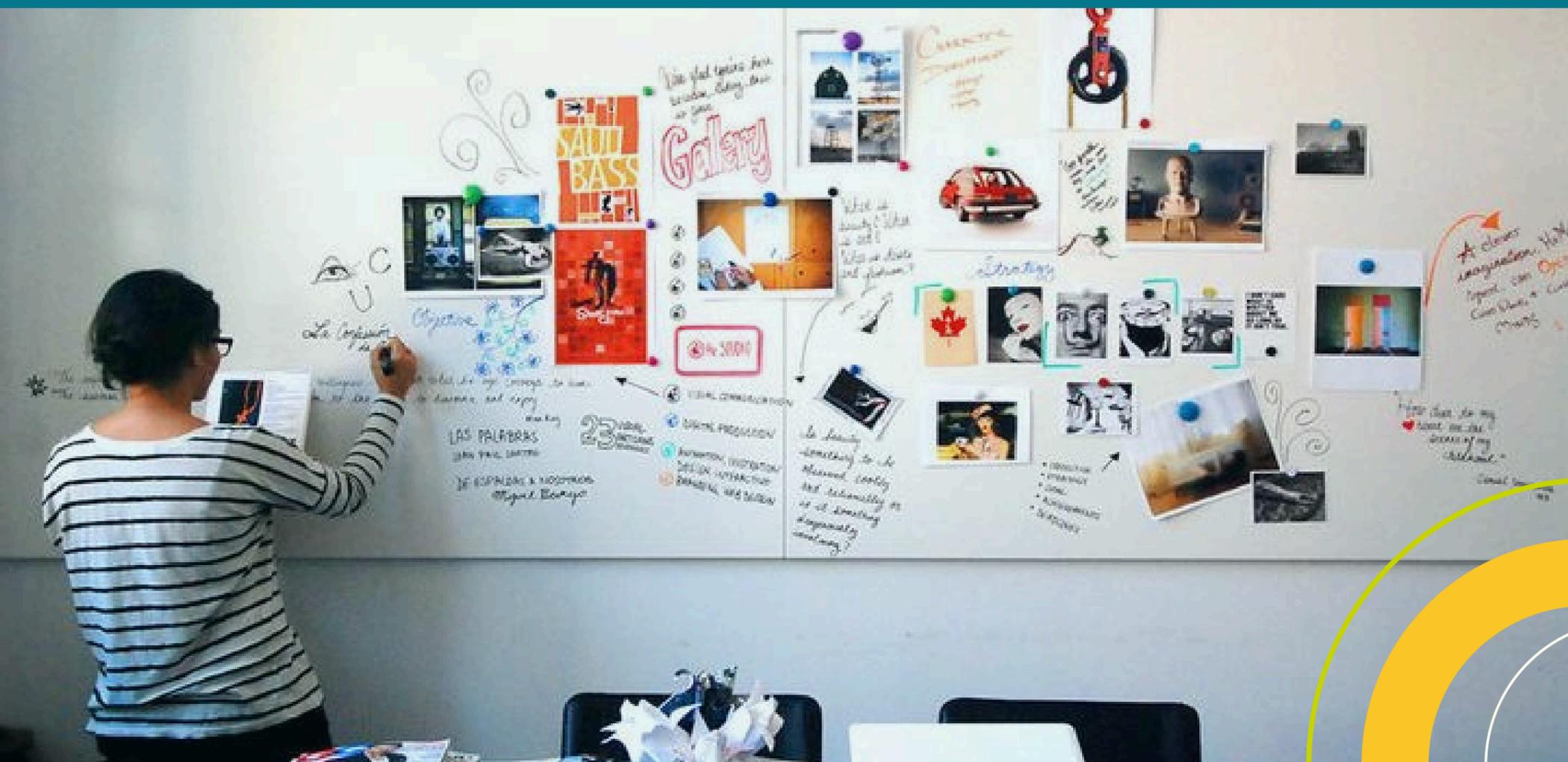


DIPLOMADO INDUSTRIAS CREATIVAS Y CULTURALES

Edición 2025-2026



Máster online
Innovación y Liderazgo
Cultural en Iberoamérica

DIPLOMADO INDUSTRIAS CREATIVAS Y CULTURALES



Inicio: 22 de septiembre 2025

Modalidad: Online (sesiones sincrónicas y asincrónicas)

Idioma: español

Coordinación Académica: Violeta Dávila

Duración: 4 meses

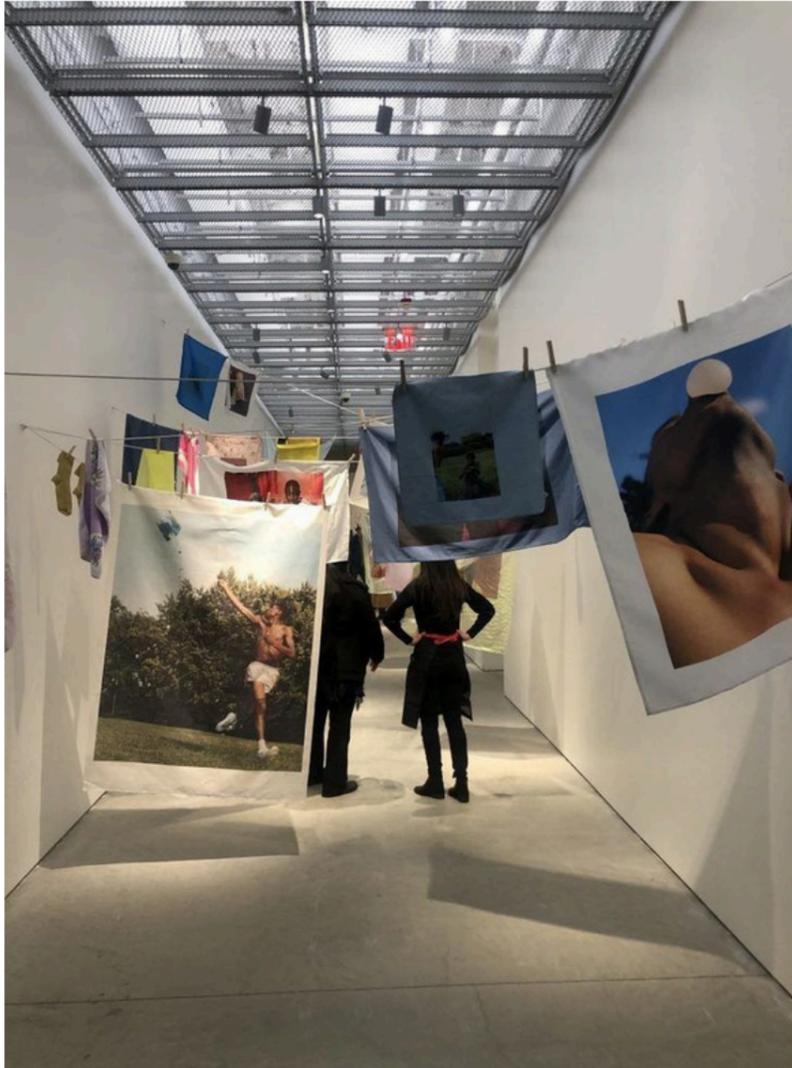
Modalidad: 100% online

Certificación: Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) y Fundación Ortega-Marañón

Introducción

La cultura es un elemento esencial para el desarrollo sostenible, la cohesión social y la democracia. En el contexto iberoamericano, el fortalecimiento de las capacidades de creadores, gestores y profesionales de las industrias culturales y creativas (ICC) es clave para fomentar una economía más innovadora, sostenible e inclusiva.

Este Diplomado forma parte del Máster Online en Innovación y Liderazgo Cultural en Iberoamérica, impulsado por la OEI y la Fundación Ortega-Marañón. Su objetivo es proporcionar herramientas actualizadas y una visión integral sobre las industrias creativas y culturales desde un enfoque práctico, innovador y conectado con la realidad de la región.



Objetivo General

Fortalecer las competencias de los profesionales culturales para liderar, diseñar y ejecutar proyectos culturales y creativos con impacto económico y social, desde una perspectiva iberoamericana e innovadora.

Metodología

- 2 clases síncrona por módulo
- Encuentros profesionales en red

Evaluación

La evaluación del Diplomado está centrada en la aplicación práctica de los contenidos al proyecto cultural de cada participante. Desde el inicio del programa, cada alumno/a trabajará sobre un proyecto cultural propio — presente o potencial— que servirá como hilo conductor de su proceso formativo. Al finalizar cada módulo, se solicitará una breve entrega (1-2 páginas) en la que se apliquen los aprendizajes al proyecto personal.

Este enfoque permite que la experiencia de aprendizaje sea personalizada, coherente y orientada a la acción, favoreciendo la consolidación de competencias útiles y transferibles a contextos reales.

Además de estas entregas modulares, se valorará la participación activa en los foros, clases y debates.

Encuentros profesionales: espacios de conexión e inspiración

El Diplomado incluirá una serie de conversaciones abiertas con destacados agentes del sector cultural iberoamericano. En formato de charlas o talleres breves, estos espacios permitirán conocer proyectos inspiradores, dialogar con profesionales en activo y generar redes de contacto entre participantes y expertos.

Estos encuentros, de carácter no evaluable, funcionarán como espacios de conexión profesional y aprendizaje informal dentro del programa, favoreciendo el intercambio de ideas, la inspiración cruzada y la construcción de comunidad.

Entre los invitados confirmados para esta edición se encuentran:

- Flavia Furtado: productora cultura, directora ejecutiva del Festival Amazonas de Ópera, y fundadora de Corredor Creativo de la Amazonía.
- Lázaro Israel Rodríguez Oliva: , consultor internacional de la UNESCO y fundador de Transformatorio, con más de dos décadas de experiencia en la intersección entre políticas culturales y desarrollo sostenible en América Latina y el Caribe.





Módulo 1.

Emprendimiento cultural y modelos de gestión creativa

Docente responsable: Alex Paredes Lazo

Este módulo ofrece herramientas prácticas para transformar ideas culturales en proyectos sostenibles, integrando visión estratégica, liderazgo creativo y análisis de modelos de negocio en el sector cultural. Se abordarán distintos enfoques de gestión, capacidades organizativas y retos específicos del emprendimiento en el contexto de la economía creativa.

Objetivo del módulo

- Conocer las claves del emprendimiento cultural y su especificidad dentro de la economía creativa.
- Adquirir herramientas de gestión cultural para diseñar y poner en marcha proyectos viables.
- Analizar casos reales de emprendimiento cultural y extraer aprendizajes aplicables.
- Potenciar habilidades de liderazgo, comunicación y sostenibilidad.

Contenidos principales

1
Emprendimiento cultural y gestión creativa.

2
Propuesta de valor en proyectos culturales.

3
Modelos de negocio y sostenibilidad.

4
Producto mínimo viable y comunidad.

5
Casos de éxito y aprendizajes.



Módulo 2. Economía de la cultura: claves para valorar e impulsar el sector

Docente responsable: Marissa Reyes

Este módulo ofrece una introducción crítica y contextual a la economía de la cultura, un campo que ha adquirido creciente relevancia desde mediados del siglo XX hasta la actualidad. Se abordarán los principales enfoques conceptuales (economía del arte, economía cultural, creativa y naranja), así como los vínculos entre la actividad cultural y el desarrollo económico y territorial. A partir de casos prácticos y marcos internacionales, los/as participantes conocerán las herramientas clave para medir, argumentar y gestionar el valor económico de la cultura en sus proyectos o instituciones.

Objetivo del módulo

- Comprender el desarrollo histórico del campo Economía y Cultura.
- Distinguir los diferentes enfoques: economía del arte, economía cultural, creativa y naranja.
- Analizar el papel de la cultura en el desarrollo económico, social y territorial.
- Familiarizarse con instrumentos de medición como la Cuenta Satélite de la Cultura.
- Reflexionar sobre los retos y tensiones entre valor simbólico y valor de mercado.

Contenidos principales

1 Introducción a la economía de la cultura: orígenes y evolución.

2 Modelos conceptuales: arte, cultura, creatividad y economía naranja.

3 Valor cultural vs. valor económico: tensiones actuales.

4 Industrias culturales y creativas: definición, debates, clasificaciones.

5 Instrumentos de medición del impacto económico de la cultura.

6 Cultura como motor de desarrollo territorial.



Módulo 3. Políticas culturales internacionales y derechos culturales

Docente responsable: Irene Aláez Vasconcelos

Este módulo propone una lectura crítica del contexto internacional en el que se insertan hoy las políticas culturales. Se abordarán las principales agendas globales (como Mondiacult, la Agenda 2030 o la Convención de la Diversidad Cultural de la UNESCO), así como los debates en torno a los derechos culturales y el acceso a la cultura. Se analizarán las tensiones entre lo global y lo local, y se revisarán estrategias institucionales para garantizar una cultura viva, diversa e inclusiva.

Objetivo del módulo

- Comprender el papel de los organismos internacionales en la definición de políticas culturales.
- Analizar la noción de derechos culturales en el marco de los derechos humanos.
- Revisar las principales agendas internacionales que impactan el trabajo cultural.
- Identificar oportunidades de acción y alineación estratégica para proyectos culturales en el contexto global.

Contenidos principales

1
Introducción a las políticas culturales en el plano internacional.

2
La Convención de la UNESCO sobre la Diversidad de las Expresiones Culturales.

3
Mondiacult 2022 y la proyección hacia 2025: contexto y desafíos.

4
Cultura y Agenda 2030: cultura como cuarto pilar del desarrollo sostenible.

5
Derechos culturales (Plan de Derechos Culturales España 2025)



Módulo 4. Producción cultural y sostenibilidad: ecosistemas, servicios y futuro

Docente responsable: Joan Álvarez

Este módulo explora la producción cultural desde una mirada amplia, que combina historia, estructura de los ecosistemas creativos y sostenibilidad. Se abordarán modelos de producción simbólica, circuitos de distribución y servicios culturales en la era digital, así como los vínculos entre cultura, territorio y desarrollo sostenible. También se examinarán políticas públicas, cooperación internacional y modelos de medición de impacto para fortalecer las cadenas de valor culturales desde una perspectiva local e iberoamericana.

Objetivo del módulo

- Analizar cómo se producen bienes y servicios culturales en contextos diversos.
- Comprender la estructura de los ecosistemas culturales y creativos en Iberoamérica.
- Explorar los vínculos entre producción cultural, territorio y sostenibilidad.
- Conocer modelos y casos de producción con impacto económico, social y ambiental.
- Diseñar estrategias productivas sostenibles desde una perspectiva cultural.

Contenidos principales

1 Historia y modelos de producción cultural: del mecenazgo a la era digital.

2 Ecosistemas culturales: agentes, circuitos y servicios.

3 Producción simbólica y sostenibilidad: tensiones y oportunidades.

4 Cultura y desarrollo territorial.

5 Medición del impacto cultural: indicadores y políticas públicas

6 Casos de innovación sostenible en la producción cultural (gastronomía, artesanía, plataformas)



Módulo 5. Innovación cultural: diseño estratégico para ecosistemas creativos

Docente responsable: Enrique Avogadro

Este módulo se enfoca en la innovación cultural como una capacidad para rediseñar políticas, proyectos y modelos de gestión desde una perspectiva estratégica, urbana y colaborativa. A partir de casos reales, herramientas de diseño y experiencias institucionales, se explorará cómo activar ecosistemas creativos, repensar dispositivos públicos, conectar cultura y desarrollo económico, e incorporar lo digital con propósito.

Se trabajarán metodologías prácticas para el diseño de procesos culturales flexibles, convocatorias abiertas, alianzas público-privadas y acciones con impacto territorial. El módulo busca fortalecer las competencias de los participantes para generar proyectos relevantes, sostenibles y adaptados a sus contextos.

Objetivo del módulo

- Comprender la innovación cultural como estrategia pública y de desarrollo.
- Identificar herramientas para diseñar políticas, dispositivos y proyectos culturales más flexibles y efectivos.
- Explorar formas de activar ecosistemas creativos desde el territorio.
- Incorporar lo digital de forma estratégica en los procesos culturales.
- Conectar cultura, sostenibilidad e impacto.

Contenidos principales

1 ¿Qué significa innovar desde la cultura?

2 Diseño de políticas culturales orientadas a valor.

3 Territorios creativos, distritos culturales y ecosistemas.

4 Cultura digital: plataformas, contenidos y modelos híbridos.

5 Alianzas, financiación y relación con el sector privado.

6 Casos de innovación en cultura urbana e institucional.



Módulo 6. Comunicación y marketing cultural: construir comunidad, valor y visibilidad

Docente responsable: Carlos Chaguaceda

Este módulo ofrece herramientas estratégicas y narrativas para comunicar proyectos culturales con claridad, propósito y eficacia. Se trabajará tanto la dimensión relacional (públicos, comunidad) como la estratégica (posicionamiento, visibilidad), combinando enfoques online y offline.

Objetivo del módulo

- Comprender la comunicación cultural como proceso estratégico, relacional y creativo.
- Explorar metodologías colaborativas y modelos de comunidad como base del ecosistema cultural.
- Introducir herramientas básicas de marketing cultural aplicadas a proyectos reales.
- Diseñar una estrategia de visibilidad y comunicación para un proyecto cultural.

Contenidos principales

1 ¿Qué comunica la cultura? Propósito, relato y tono.

2 Públicos y segmentación en cultura.

3 Fundamentos de marketing cultural (vs. marketing comercial).

4 Canales, medios y herramientas de comunicación cultural.

5 Narrativas, storytelling y autenticidad en el relato.

6 Posicionamiento y branding en el sector cultural.

7 Casos reales: qué funciona, qué no, errores frecuentes.



Módulo 7. Impacto digital en las industrias culturales y creativas

Docente responsable: Aura Cifuentes

Este módulo analiza cómo lo digital transforma las formas de creación, producción, circulación y acceso a la cultura. A través de casos y herramientas, se explorará el impacto de lo digital en diversos sectores culturales (editorial, escénico, audiovisual, música, etc.), así como sus implicancias sociales, económicas y simbólicas.

Objetivo del módulo

- Comprender las transformaciones digitales en las ICC.
- Analizar el papel de plataformas, algoritmos y redes en la mediación cultural.
- Reflexionar sobre la creación de contenidos, públicos y modelos de sostenibilidad digital.
- Explorar herramientas digitales para el desarrollo de proyectos culturales.

Contenidos principales

1
Cultura digital: paradigmas, desafíos y oportunidades en Iberoamérica.

2
Plataformas, redes sociales y circulación cultural.

3
Inteligencia artificial y creación de contenido cultural.

4
Públicos digitales y nuevas formas de relación.

5
Modelos de negocio y sostenibilidad en el entorno digital.

6
Riesgos del ecosistema digital: concentración, desinformación, precariedad, vigilancia.

7
Propuesta de un marco ético para la cultura digital: derechos, inclusión y responsabilidad.



Módulo 8. Agitación cultural y nuevos futuros

Docente responsable: Violeta Dávila

Este módulo propone una reflexión aplicada sobre la figura del agente cultural agitador, entendido no como provocador simbólico, sino como profesional capaz de activar cambios, generar nuevos públicos y adaptarse a las transformaciones en los modos de crear y consumir cultura. Desde una mirada práctica y actual, se abordarán herramientas para analizar tendencias culturales, diseñar experiencias que conecten con las audiencias y explorar estrategias que combinan contenido, contexto y conexión emocional. Desde una mirada práctica y actual, se abordarán herramientas para analizar tendencias culturales, diseñar experiencias que conecten con las audiencias y explorar estrategias que combinan contenido, contexto y conexión emocional. También se introducirá el enfoque de pensamiento de futuros como competencia clave en cultura: anticipar escenarios, detectar señales de cambio y diseñar propuestas que respondan —o se adelanten— a los nuevos contextos. El módulo cerrará con el análisis de casos recientes que han logrado posicionarse e interpelar a nuevos públicos de forma efectiva.

Objetivo del módulo

- Definir el perfil del agente cultural como agitador: habilidades, estrategias y funciones.
- Reflexionar sobre el potencial de la cultura como fuerza de transformación social.
- Identificar nuevas formas de creación y consumo cultural, y su impacto en los modelos de programación, producción y relación con el público.
- Explorar metodologías para atraer, activar y fidelizar audiencias en el contexto actual.
- Introducir herramientas básicas de pensamiento de futuros aplicadas al ámbito cultural.
- Analizar casos reales que muestran cómo se construye relevancia cultural hoy.

Contenidos principales

1 La figura del agitador cultural: perfil profesional, modos de acción, impacto.

3 Cómo se atrae y construye público: escucha, datos, diseño de experiencias.

5 Casos de éxito en atracción y fidelización de audiencias (proyectos culturales, festivales, espacios híbridos, prácticas digitales).

2 Nuevas formas de creación y consumo cultural: formatos, hábitos, narrativas.

4 Pensar desde el futuro: anticipación cultural, señales de cambio, escenarios.

6 Proyección estratégica: ¿qué desafíos enfrentan los agentes culturales en los próximos años?

Profesorado:

Alex Paredes

Director de Planeas.com y MentoresCreativos.com. Especialista en emprendimiento creativo y cultural, con más de 15 años de experiencia liderando programas, aceleradoras e incubadoras que han impulsado a miles de creadores en América latina.

Marissa Reyes

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

Irene Aláez Vasconcellos

Doctora en Derecho de la Cultura por la Universidad Carlos III. Fundadora de Una más una y gestora cultural con amplia experiencia en proyectos internacionales para instituciones públicas y privadas. Ha coordinado el Plan de Derechos Culturales (2025) impulsado por el Ministerio de Cultura de España.

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.

Enrique Avogadro

Gestor cultural y creativo argentino. Fue Ministro de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires y Secretario de Cultura y Creatividad de la Nación, con una amplia trayectoria en políticas para las industrias culturales y creativas. Actualmente dirige Pulmón Creativo y desarrolla proyectos de innovación, formación y difusión cultural en América Latina y España.

Aura Cifuentes

Especialista en Gobierno Abierto, Innovación Pública y Transformación Digital. Ha liderado proyectos en Colombia, Francia y a nivel global, y fue reconocida por Apolitical y el Foro Económico Mundial como una de las 50 líderes disruptivas más influyentes del mundo.

Carlos Chaguaceda

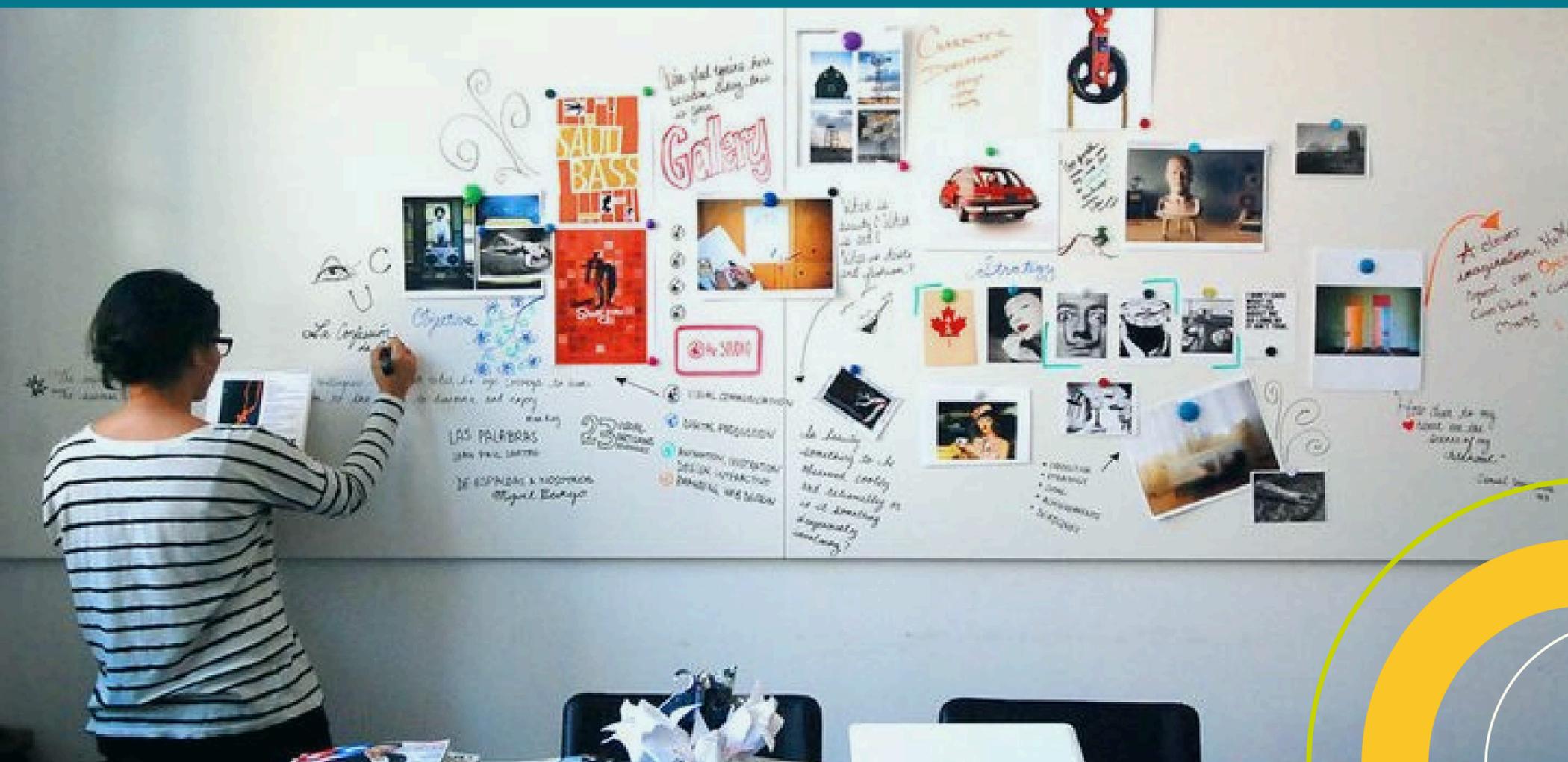
Licenciado en Ciencias de la Información por la UCM. Gestor cultural y experto en comunicación, dirige el área de Comunicación del Museo Nacional del Prado, tras una amplia trayectoria en prensa, medios corporativos y turismo institucional.

Violeta Dávila

Gestora cultural y fundadora de Cooltural Plans y Be Cooltural. Diseña y dirige proyectos culturales y creativos, festivales y programas de formación, con especial foco en el fomento de la lectura, nuevos formatos y audiencias.

DIPLOMADO INDUSTRIAS CREATIVAS Y CULTURALES

Edición 2025-2026



Máster online
Innovación y Liderazgo
Cultural en Iberoamérica