JEIDAP
3° JORNADAS ESTUDIANTILES DE INVESTIGACIÓN EN DISCIPLINAS ARTÍSTICAS Y PROYECTUALES
ISBN 978-950-34-1542-9
Secretaría de Ciencia y Técnica
facultad de bellas artes
SECRETARÍA DE ARTE Y CULTURA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

DESARROLLO Y TÁCTICAS EN EL MERCADO DE INDUSTRIAS CULTURALES EN POS DE LA INCLUSIÓN SOCIOCULTURAL Y LABORAL

Sofía Hotz – Iván Velázquez
Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Bellas Artes

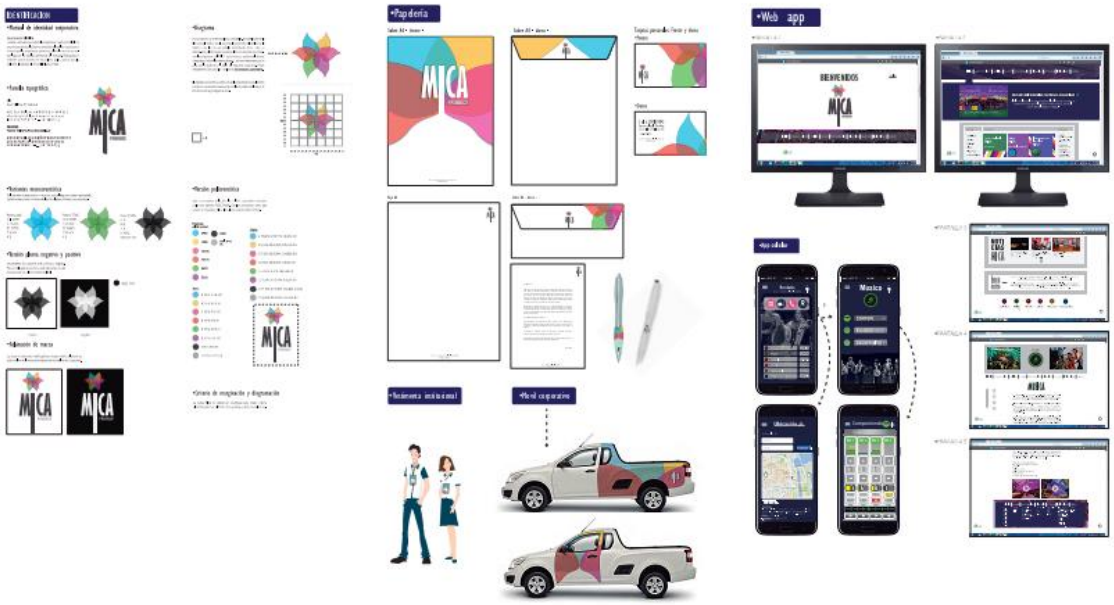
Resumen

MICA es el principal Mercado de Industrias Culturales en Argentina dirigido a productores, gestores y empresarios culturales. Su objetivo es mejorar la producción, visibilidad y comercialización de las industrias culturales en todos sus sectores: diseño, videojuegos, audiovisual, artes escénicas, editorial y música.

Para abordar el trabajo final del Taller V, se tendrá en cuenta el Diagnóstico surgido del relevamiento de las piezas de comunicación actuales diseñando desde el concepto de inclusión social como táctica para la promoción laboral, educación y reflexión de la comunidad en general.

Palabras clave
Industrias culturales – Industria nacional – Cultura – Arte – Diseño

ISBN 978-950-34-1542-9



D
taller 5
Cátedra Naranja

Taller de Diseño en Comunicación Visual 2 a 5 D

Prof. Titular: DCV Julio César Naranja | **Prof. Adjunto:** DCV Iván Velázquez
Auxiliares docentes: DCV M. Gabriela López | DCV Emmanuel Tarelli

ALUMNO: Nombre y apellido completo

facultad de bellas artes | UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA