

# Diploma en Gestión Cultural



Centro de  
Capacitación

**Itaú** Fundación

Desde hace **27 años Fundación Itaú** brinda en Uruguay un diploma específico para la formación en el campo de la gestión cultural. Una propuesta pedagógica integral concebida en 9 módulos y 182 horas de clases diseñada en base a la conformación de grupos reducidos, el contacto humano y el trabajo en equipo, que pone a disposición de los estudiantes un conjunto de herramientas que permiten enriquecer las prácticas y la intervención en el campo de la cultura.

Desde su origen el **Diploma en Gestión Cultural** se desarrolla en base a una alta permeabilidad entre la currícula y el acontecer cultural. Su desafío se centra en la conformación y consolidación del sector cultural que en la medida de su profesionalización demanda nuevas herramientas para pensar y abordar la complejidad social, artística, y la participación de la ciudadanía.

Su objetivo es estimular una mirada crítica al quehacer cultural y dotar de herramientas para intervenir y proponer alternativas en una realidad compleja, cambiante y de fronteras imprecisas entre áreas del conocimiento (cultura, educación, economía, salud, ciencia, medioambiente).

El **Diploma en Gestión Cultural** ofrece un conjunto de herramientas conceptuales y metodológicas que permiten enriquecer las prácticas culturales desde una mirada plural, interdisciplinaria y participativa. Esta mirada se sostiene en el conocimiento que aporta la investigación y la experiencia profesional de cada uno de sus docentes, invitados y estudiantes.

### **Áreas temáticas del Diploma:**

- Planificación estratégica y formulación de proyectos culturales.
- Instrumentos de gestión financiera.
- Marketing y comunicación cultural.
- Gestión humana, liderazgo y trabajo en equipo.
- Gestión de derechos de propiedad intelectual.
- Negociación.
- Acercamiento a experiencias de gestión y producción cultural contemporáneas.

### **Requisitos básicos para acceder al Diploma:**

Nivel educativo equivalente a bachillerato.

### **Días y horarios de las clases:**

Lunes, miércoles y viernes de 18:00 a 20:00 hs.

### **Carga horaria y duración:**

182 horas de clase. Del 24 de abril al 24 de noviembre de 2023

### **Modalidad:**

A través de plataforma zoom en forma sincrónica.

Con un máximo de 5 actividades presenciales.

## Principales características:

- La organización modular de la currícula en áreas temáticas: cultura y gestión cultural, información e investigación, marketing, gestión de derechos de propiedad intelectual, gestión humana, instrumentos financieros, comunicación, negociación y formulación de proyectos culturales.
- Un equipo docente experto en el que confluye formación especializada, experiencia en proyectos de gestión cultural y habilidades pedagógicas.
- El acercamiento a organizaciones y proyectos culturales diversos en clave de generosa deconstrucción de sus modos de hacer gestión cultural.
- El desarrollo de seminarios que profundizan en temas críticos para la gestión cultural: producción cultural contemporánea, políticas públicas, equidad de género y diversidad, y sustentabilidad.
- La formulación de un proyecto de gestión cultural, herramienta catalizadora del diálogo con las ideas y necesidades del medio, y la aplicación de conocimiento y metodología propios de la gestión cultural. Allí se integra el desafío y riqueza del trabajo colaborativo en equipos.
- La asignación de tutorías especializadas que acompañan los procesos de los equipos de proyecto.

## Disposiciones generales:

- 1.** El Diploma en Gestión Cultural comprende 9 módulos y un total de 182 horas de clases sincrónicas. Incluye tutorías y presentación del trabajo final. No incluye las horas de estudio personal y el trabajo en equipo para realizar el proyecto final.
- 2.** Cada módulo se aprueba con un mínimo de 75% de asistencia y el 60% del puntaje de la prueba correspondiente. Aquellos que asistan al curso y no se presenten a las pruebas obtendrán un “Certificado de asistencia”, siempre que certifiquen un mínimo del 75% de asistencia.
- 3.** Para obtener el certificado del Diploma en Gestión Cultural se requiere haber aprobado los módulos y el proyecto final en un período no mayor a tres años. Además haber abonado el pago total del mismo.
- 4.** El valor total del curso es de \$40.000. Los clientes Itaú tienen un 25% de descuento (\$30.000). El pago se realiza con tarjetas de crédito Visa y MasterCard hasta 6 cuotas sin recargo.

# Contenido del curso

## Temas

### **1. Introducción a la gestión cultural.**

Presentación de la gestión cultural en clave de campo de trabajo profesional, su necesaria relación con los conceptos y finalidades de la cultura que se adopten; los ámbitos organizacionales, sectores culturales, tipo de organizaciones; rol y perfil de los profesionales. Se alterna el trabajo en el aula con el intercambio de experiencias de organizaciones y proyectos culturales. Se busca aportar a la construcción del perfil profesional propio de cada estudiante.

**2. Formulación de proyectos culturales. Claves para pasar una idea a un proyecto.** El proyecto como herramienta de planificación estratégica. Metodología de elaboración de proyectos paso a paso. Este módulo se desarrolla en dos partes, en modalidad taller, de manera de acompañar a los equipos de estudiantes que llevan a cabo el proceso de elaboración del proyecto con el que egresan del Diploma.

### **3. Investigación e información cultural.**

Fuentes de información y modos de investigación para conocer la realidad en la que se desea intervenir. Utilidad de los relevamientos de información sobre públicos y consumo de bienes y servicios culturales; construcción de indicadores y sistemas de información cultural. Presentación de diferentes métodos y técnicas de investigación social y de mercado habitualmente utilizadas. Ejemplos de investigaciones y mediciones contratadas por parte de instituciones públicas y privadas, con el fin de recoger elementos para la implementación, el seguimiento y la evaluación de proyectos, programas y políticas culturales.

### **4. Marketing cultural**

El marketing como una herramienta de pensamiento estratégico, orientada a resultados. Diferencias del marketing tradicional con el marketing cultural. Presentación de herramientas y resolución de ejercicios. Marco competitivo, fijación de precios. Estrategia, con orientación publicitaria. La creatividad aplicada al marketing para comprender las necesidades, escala, sectores, alianzas estratégicas, etc. de los proyectos o productos culturales.

### **5. Gestión de derechos de propiedad intelectual**

Los derechos de propiedad intelectual son aquellos que se confieren a las personas sobre las creaciones de su intelecto: literarias, musicales, artísticas, científicas, etc. Suelen dar al creador derechos exclusivos sobre la utilización de su obra: autorizar, reproducir, distribuir, copiar, comunicar, traducir, adaptar, parodiar, prohibir, entre otros. En la gestión cultural es imprescindible el conocimiento de las leyes que refieren al Derecho de Autor, así como, sus componentes y formas de funcionamiento.

# Contenido del curso

## Temas

### **6. Gestión humana en cultura.**

Gestión de personas y equipos en una organización, aspectos generales y presentación de herramientas. Modelos de organización, evolución en el enfoque en la gestión de personas. Dirección y liderazgo. Trabajo en equipo y trabajo en red. Motivación, delegación, evaluación, gestión del cambio, fijación de objetivos, identificación del equipo que requiere un proyecto. Se reflexionará sobre las últimas tendencias en la materia de gestión de personas con especial énfasis en equipos de organizaciones y proyectos culturales. Derechos de propiedad intelectual: concepto y gestión.

### **7. Instrumentos de gestión financiera.**

Introducción a la contabilidad, nociones básicas. Elementos de planificación financiera: presupuesto, punto de equilibrio, flujo de fondos, análisis de sensibilidad. Se alternarán los elementos teóricos, presentación de instrumentos y ejercicios prácticos.

### **8. Comunicación.**

Conocer el marco general y estructura básica de las herramientas y alcance de la comunicación en el escenario de la gestión de proyectos culturales. Incorporar la comunicación como un componente natural y esencial a todo el ejercicio de creación, identidad, difusión y gestión de un proceso y producto cultural.

### **9. Negociación y presentación de proyectos.**

Concepto de conflicto. La negociación como forma de resolver conflictos. Concepto y proceso de negociación. Elementos: tiempo, poder e información. El rol de la percepción. Aspectos comportamentales: poder y liderazgo, comunicación eficaz. Estilos de negociación. Alternativas, intereses, opciones, criterios de legitimidad, relaciones, comunicación, compromiso. El rol del mediador en una negociación. Negociaciones específicas para la recaudación de fondos. Presentación asertiva de proyectos.

### **10. Seminarios.**

Los seminarios contribuyen a comprender la complejidad de la producción cultural contemporánea. Abordan diferentes perspectivas que nutren la reflexión y el sustrato conceptual de la formación y del diseño de los proyectos. Se implementan en forma alternada con los diferentes módulos del curso y están a cargo de especialistas. En el 2023 los seminarios abordan los siguientes temas: producción cultural contemporánea, políticas culturales, equidad de género y sostenibilidad.

## Equipo docente:

- **Ariceta, Mariale**

Productora creativa, Diseñadora y Docente.

- **Andrade, Roberto.**

Actor, Director, Docente y Productor teatral, Diploma en Gestión Cultural en la Fundación BankBoston. Docente de la cátedra Gestión, Producción y Difusión de la Artes Escénicas en la EMAD; Docente de Talleres Teatrales del Programa Esquinas de la IM.

- **Garbarino, Daniel**

Contador. Docente de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de la República.

- **Inthamoussu, Martin**

Licenciado en Estudios Teatrales por la Universidad de Manchester, Reino Unido. Magister en Comunicación con énfasis en Recepción y Cultura (UCU). Diploma de Postgrado en Asuntos Culturales Internacionales de la Universidad de Girona, España. Certificado en Gestión Cultural, Administración de Auditorios y Marketing Cultural por la Universidad Miguel de Cervantes. Se desempeña actualmente como consultor en Economía Creativa para el Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

- **Pérez, Malena**

Profesora de Historia. Posgrado en Políticas y Empresas Culturales, Máster en Gestión de Instituciones y Empresas Culturales con especialización en Gestión Patrimonial, Universidad de Barcelona.

- **Pintos, Gabriela**

Contadora Pública, especializada en Comportamiento Organizacional y Marketing. Posgrados y cursos de especialización en TIC y en educación.

- **Silva, Andrea**

Técnica en Comunicación Social (UCU). Directora Gestión Territorial del SODRE. Productora independiente de Artes Escénicas.

- **Sotelo, Mariana**

Lic. en Ciencia Política por la Universidad Católica de Uruguay y Máster en Sociología por la Université de Montréal.

- **Susaeta, Pía**

Publicista y gestora cultural, productora de artes escénicas y artes visuales contemporáneas. Docente de marketing cultural y gestión de proyectos. Co-dirige Event Punta del Este, empresa comunicación y eventos y Zoco|Cultura y Arte Contemporáneo.





diploma en  
**Gestión  
Cultural**

**Informes e inscripciones:**

Av. Uruguay 1157 (Montevideo – Uruguay) |

WhatsApp 094274998

[info@fundacionitau.com.uy](mailto:info@fundacionitau.com.uy)