

dgcc Diploma en Gestión Cultural



Fundación

Desde hace **29 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 10 módulos (190 horas) diseñada en base a la conformación de grupos reducidos, el contacto humano y el trabajo en equipo, que pone a disposición de los y las estudiantes un conjunto de herramientas que permiten enriquecer las prácticas en el campo de la cultura.

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 estrategias para pensar y abordar la complejidad social, artística y la participación en la vida cultural.

Su objetivo es estimular una mirada crítica al quehacer cultural y dotar de instrumentos para actuar y proponer alternativas en una realidad compleja, cambiante y de fronteras imprecisas entre áreas distintas del conocimiento.

El Diploma en Gestión Cultural ofrece un conjunto de herramientas 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 sus docentes y estudiantes.

Áreas temáticas del Diploma

- Cultura y gestión cultural.
- Planificación estratégica y formulación de proyectos.
- Marketing y comunicación cultural.
- Gestión humana, liderazgo y trabajo en equipo.
- Gestión de derechos de propiedad intelectual.
- Instrumentos de gestión financiera.
- Negociación.
- Acercamiento a experiencias de gestión y producción cultural contemporáneas.
- Seminarios de abordaje teórico y práctico sobre temas desafiantes para la gestión cultural: producción artística contemporánea, políticas públicas, sustentabilidad, equidad de género y diversidad.

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

190 horas. De abril a noviembre de 2025.

Modalidad

A través de plataforma zoom en forma sincrónica.

Seis sábados de 9.30 a 14 horas y al menos dos clases presenciales en horario habitual.

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, 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 como herramienta catalizadora de los aprendizajes y herramientas trabajadas en cada módulo. 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 cada proyecto.

Disposiciones generales

- 1.** El Diploma en Gestión Cultural comprende 10 módulos con un total de 190 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.
- 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 de haber abonado el pago total del mismo.
- 4.** El valor total curso es de \$U 44.000. Los clientes Itaú tienen un 25% de descuento (\$U 33.000). El pago se puede realizar con tarjetas de crédito (hasta seis cuotas sin recargo), tarjetas de débito o por transferencia bancaria.

*clientes Itaú podrán pagar con tarjetas de crédito Itaú (hasta seis cuotas sin recargo), tarjetas de débito Itaú o por transferencia bancaria (Itaú-Itaú).

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; 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 modalidad taller de manera de acompañar a los equipos de estudiantes para llevar 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 trabajar. 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

En este módulo se abordan conceptos fundamentales del marketing tradicional y digital, con foco en la gestión y promoción cultural. Se trabajan herramientas como el análisis de mercado, segmentación de públicos, fijación de precios y planificación.

Además, se incorporan metodologías para la validación de ideas de negocio, incluyendo el modelo Canvas y el análisis FODA. También se exploran estrategias de financiamiento, planificación de tiempo y evaluación de métricas clave (KPIs).

A través de ejercicios y casos prácticos, los participantes adquieren habilidades para diseñar planes de marketing efectivos y adaptados a la realidad del sector cultural.

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. Suelen dar a las creadoras y los creadores 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 del marco regulatorio que refiere al derecho de autor, así como, sus componentes y formas de funcionamiento.

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 esta materia con especial énfasis en equipos de organizaciones y proyectos culturales.

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

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 2024 los seminarios abordan los siguientes temas: producción cultural contemporánea, políticas culturales, equidad de género y sustentabilidad en proyectos culturales.

Equipo docente

Andrea Silva

Técnica en Comunicación Social (UCU). Diploma en Gestión de Teatros Públicos y Programa Desarrollo Gerencial en Gestión de Teatros y Centros Culturales (Universidad Claeh). Actualmente cursa Maestría en Políticas Culturales (Udelar). Directora Gestión Territorial del SODRE. Productora y distribuidora independiente de artes escénicas desde el 2006.

Daniel Garbarino

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

Gabriela Pintos

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

Malena Pérez

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

Manuel Rivoir

Gestor Cultural (Fundación Itaú). Se desempeña como gestor del programa Esquinas de la Cultura de la Intendencia de Montevideo. Lidera grupos que trabajan desde la cocreación y la inteligencia colectiva (collective intelligence) con alcance local, regional y global.

Mariale Ariceta

Productora creativa, diseñadora y docente.

Mariana Sotelo

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

Martin Inthamoussú

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).

Mónica Franzía

Licenciada en Comunicación Publicitaria (ORT). Se desempeña como asesora de la Dirección del Ministerio de Ambiente y como consultora independiente para diversas organizaciones.

Roberto Andrade

Actor, director, docente y productor teatral, diplomado 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 Cultura de la Intendencia de Montevideo.



Fundación

INFORMES E INSCRIPCIONES

WhatsApp 094274998

info@fundacionitau.com.uy