



dg Diploma en Gestión Cultural

Desde hace **30 años Fundación Itaú** brinda en Uruguay un diploma específico para la formación en el campo de la gestión cultural. Es 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 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 ciudadana 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.

Modalidad

Semipresencial: clases virtuales tres veces por semana y actividades presenciales un sábado por mes.

Días y horarios de las clases

- Clases virtuales-sincrónicas: lunes, miércoles y viernes de 18 hs a 20 hs.
- Clases presenciales: 9 clases durante el año. Siete encuentros los días sábado de 8.30 a 14 h. Tres actividades adicionales en el año en días y horario de clase.

Carga horaria y duración

190 horas. De abril a noviembre de 2026.

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 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. Además, cada estudiante deberá dedicar horas de estudio y trabajo en equipo para realizar el trabajo 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.

4. Marketing cultural

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 mediador en una negociación. Negociaciones para la generación de alianzas y 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 2026 los seminarios abordan los siguientes temas: producción cultural contemporánea, desafíos de las políticas culturales, equidad de género y sustentabilidad en proyectos culturales.

Equipo docente

Andrea Silva

Técnica en Comunicación Social (UCU). Curso Gestión de la Producción Artística (Fundación Itaú). 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, con posgrado en Marketing, diploma en género y especialización en TIC y educación; Magíster en Política y Gestión Universitaria por la Universidad de Barcelona y doctoranda en Ciencias de la Administración por la Universidad Nacional de La Plata. Consultora de empresas privadas y organizaciones públicas en diseño y comportamiento organizacional.

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. Referente del área Formación de Fundación Itaú.

Manu Rivoir

Manu Rivoir es gestor cultural con trayectoria en participación ciudadana y derechos culturales desde 2006. Integró el programa Esquinas de la Cultura (IM) y actualmente trabaja en el Instituto Nacional de Letras (MEC), articulando gestión, comunicación y políticas públicas. Formado en Gestión Cultural (Fundación Itaú), Educación Social y Evaluación, cursa la Maestría en Políticas Culturales (Udelar), desarrollando su proyecto de investigación de tesis. Su perfil integra reflexión sobre el campo de la gestión cultural y una concepción estratégica de la comunicación como

dimensión transversal a los proyectos, combinando marco conceptual y experiencia práctica.

Mariale Ariceta

Productora creativa, diseñadora y docente.

Pierina Lavanca

Contadora Pública y Especialista en Gestión Cultural (Udelar). Cursa la Maestría en Administración de Organizaciones del Sector Cultural y Creativo (UBA). Es Directora Ejecutiva de la Orquesta Sinfónica Nacional y del Conjunto Nacional de Música de Cámara del SODRE, y docente universitaria.

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. Fue presidente del Sodre. Se desempeñó como consultor en economía Creativa para el BID. Actualmente es Curador adjunto del Programa de Arte del Banco Mundial.

Mónica Franzía

Licenciada en Comunicación Publicitaria (ORT). Diploma en Género, orientación Políticas Públicas Integrales (FLACSO). Actualmente cursa la Maestría en Creatividad, Innovación y Comunicación (ORT). Se desempeña como asesora de la Dirección Nacional de Aguas 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