

La cultura necesita de **PROFESIONALES** Y vos podés ser uno de ellos

LICENCIATURA EN GESTIÓN CULTURAL Y ECONOMÍA CREATIVA



Los top four de la economía de los Estados Unidos son, en orden ascendente, el sector agropecuario (cuarto lugar), el industrial (tercero), el de servicios (segundo) y en primer lugar, ¡oh sorpresa!, la cultura y el entretenimiento. ¿Y alguien duda de que la primacía mundial de esa potencia está dada en buena parte por haber hecho de Hollywood un faro propagandístico de sus modelos culturales? ¿Alguien desconoce, por ejemplo, que el otrora temible Imperio del Japón es hoy amigo de Occidente, gracias a su fenomenal aculturación con los Estados Unidos? ¿Qué pasa en Uruguay? Aquí estamos en un claro proceso de reconversión mental: hasta hace pocos años, el artista era el vago de la familia. Hoy, desde los distintos sectores estamos empezando a entender que los creadores y emprendedores culturales constituyen la única esperanza de supervivencia para un país que desdibuja su identidad a golpes de emigración y televisión porteña...

Con el ánimo de parafrasear un viejo refrán, podríamos decir que «el Uruguay se salva con la cultura o con ella perece». Los commodities se pueden producir en muchas partes, pero Onetti o el Cuarteto de Nos son solo nuestros. Al cristalizar nuestra identidad en productos culturales, artistas y emprendedores nos dan una razón de ser como país. Y quienes protagonizan ese cambio, lento pero inexorable, son los gestores culturales, sensibles al hecho artístico y al mismo tiempo conocedores del marketing que puede potenciarlo. De esa manera, ellos están abriendo las puertas de lo que en pocos años tendrá que ser el principal renglón productivo del país.

ÁLVARO AHUNCHAIN

*Coordinador académico de Publicidad de Universidad ORT Uruguay.
Dramaturgo y director teatral. Asesor de comunicación.*

LICENCIATURA EN GESTIÓN CULTURAL Y ECONOMÍA CREATIVA

Primera carrera universitaria del país destinada a capacitar profesionales para la gestión, administración y promoción de proyectos, instituciones y empresas culturales en todas sus formas.

¿QUÉ ES?

Es una carrera de grado de cuatro años de duración, que capacita a los estudiantes en una vasta gama de saberes culturales, económicos y administrativos.

¿PARA QUIÉN ES?

- Egresados del ciclo superior de enseñanza secundaria, en cualquiera de sus especializaciones
- Estudiantes de otras carreras, interesados en la gestión cultural.
- Personas que están ejerciendo esta disciplina en forma vocacional.
- Investigadores en áreas afines a la economía y la cultura.
- Emprendedores en áreas de cultura y TIC.

¿POR QUÉ?

Porque producir cultura es mucho más que escribir una novela, componer una canción o pintar un cuadro. Más allá del acto de creación, la gestión cultural genera hechos, reinventa espacios y tiende puentes entre productores y consumidores de cultura, tanto dentro como fuera de fronteras.

En los tiempos que corren, muchos hechos culturales son valorados socialmente por la visibilidad que adquieren y por su llegada a los destinatarios. Las instituciones culturales son, en tanto se vinculan con la sociedad y para ello es fundamental establecer las relaciones con el (los) público(s), definir las estrategias, establecer tácticas y contar con las habilidades y herramientas necesarias para lograr los objetivos planteados.

Cualquier iniciativa cultural es un hecho de comunicación y la comunicación es fundamental en toda acción de gestión cultural. Tanto en el ámbito público como privado, a la hora de diseñar una estrategia hay que contar con los medios de difusión —masivos, alternativos y nuevas tecnologías— como aliados para transmitir detalles de la acción cultural que se vaya a encarar.

Los aportes de la comunicación serán útiles tanto para la información y difusión tradicionales como para el ámbito institucional y organizacional.

JAIME CLARA
Periodista, Radio Sarandí.
Conductor de Sábado Sarandí



En la actual sociedad del conocimiento, la aplicación de los saberes administrativos y de gestión a la producción cultural, la redimensionan y multiplica sus oportunidades de difusión y comercialización. Al mismo tiempo, la formación académica de gestores culturales generará un nuevo ámbito para la investigación y reflexión sobre esta actividad, su impacto económico y su incidencia en el desarrollo intelectual de la comunidad.

La cultura seguirá aconteciendo con o sin gestores culturales. Las señales se producirán. La humanidad seguirá dejando huellas de su paso, buscándose a sí misma, haciéndose el bien. Pero parte de esa construcción es mejorar. Y la pregunta que uno se podría formular es si la creación de los gestores no es un acto cultural más. Una necesidad emergida de la propia cultura. Seguro que es así y seguro que por eso, cada vez más, serán indispensables.

CLAUDIO INVERNIZZI
Creativo publicitario.
Director de Televisión Nacional (Canal 5)



¿PARA QUÉ?

Por tratarse de una carrera nueva, los egresados tendrán un perfil altamente competitivo para insertarse laboralmente en las más diversas áreas. Un gestor cultural es el profesional mejor capacitado para:

- desarrollar o dirigir empresas editoriales o discográficas, centros culturales, galerías de arte, salas y museos.
- producir un grupo musical, una compañía teatral o de danza.
- desarrollar emprendimientos en el área de la cinematografía.
- impulsar la creatividad en Internet y las nuevas tecnologías en general.
- integrar el equipo gerencial de empresas u organizaciones asociadas a la cultura: fundaciones, ONG, departamentos de responsabilidad social empresaria, etc.
- dirigir organismos gubernamentales dedicados al diseño de políticas culturales.
- participar de la dirección de entidades públicas o privadas, especializadas en la formulación e implementación de acciones comunitarias.

Además, esta licenciatura ofrece a sus egresados una plataforma ideal para enfrentar desafíos de posgraduación, tanto dentro como fuera del país.



El diferencial de las industrias culturales creativas en Uruguay, su impacto y proyección internacional se potenciará en la medida que la calidad sea parte sustancial de un proceso en donde las ideas y el talento se expresen en proyectos y realizaciones que se gestionen de una forma cada vez más profesional. El talento, la gestión y la producción ejecutiva creativa se ejercitan tanto como el músculo. Este aprendizaje, tan personal como colectivo, en la gestión programática-cultura, lo concibo fuertemente emparentado con la formación adquirida y permanente.

MARTÍN PAPICH
Director del Instituto de Cine
y Audiovisual del Uruguay



Increíble tener que contar sobre mi experiencia como gestor cultural, porque la verdad es que nunca pensé que iba a terminar trabajando en esto. No sabía lo que era en realidad un gestor cultural y, aunque yo hacía varias de las cosas que lo definen, me llevó tiempo reconocer que finalmente me había convertido en tal. No estudié formalmente para esto, es decir, no me formé específicamente como gestora cultural, por lo que tuve que estudiar mucho más, y lo peor de todo, aprender sobre la marcha, contando con la generosidad del resto de los operadores, que como todo en la vida, puede llegar o no. Recuerdo que para la primera producción de LOS MONÓLOGOS DE LA VAGINA, fui productora, escenógrafa, apuntadora, vestuarista, sonidista y asistente de piso. No tenía idea de nada. Me sostenía únicamente con la necesidad de realizar ese proyecto; quería generar una movida cultural, que abarcara a todas las mujeres y hombres de Montevideo y, en la medida de lo posible, de nuestro país.

Me equivoqué muchísimo, y la mayoría de las veces pensaba que estaba haciendo las cosas muy bien. Me di cuenta mucho tiempo después, porque en esta carrera hay errores simples, de producción, que se advierten en el momento: son los menos importantes. Sin embargo, hay errores de concepto, sustanciales, de contenido, que pasan desapercibidos, pero que pagamos una y otra vez, durante mucho tiempo, y esos son los peores. Afortunadamente, y por esas cosas mágicas que tiene el teatro, todo salió bien, nuestra obra sigue agotando localidades cada vez que se presenta y nos da cada vez mayores satisfacciones. Puedo animarme ahora a decir que es finalmente un evento cultural que moviliza a las mujeres de todo el país.

Ahora sé y entiendo que un gestor cultural no debería depender de su suerte y de sus ganas, que hay millones de aciertos y errores que otros tienen la generosidad de trasmitirnos y estaría bueno salir a la cancha sabiendo con lo que una se puede encontrar. No basta con amar el arte o la cultura, no basta con tener una idea brillante: es más, cuando uno la tiene, la mayor responsabilidad es cuidarla y mostrarla de una manera responsable. Porque sabemos que la cultura no es todo, pero es mucho; es un poderoso agente de cambio que transforma nuestras vidas, y mediante el cual podemos transformar una sociedad entera. Y cuanto más tiempo paso trabajando en este campo, más respeto siento por los agentes culturales, gestores, artistas, productores, todas y todos, y mayor es mi necesidad de profesionalizarme. No quiero superar obstáculos, quiero anticiparme, quiero que mis ideas se acerquen cada día más a la forma en que nacieron en mi cabeza.

CLAUDIA MERA

Gestora cultural y productora teatral



¿CÓMO ES?

La carrera se estructura a partir de cinco ejes:

CULTURA, CREATIVIDAD, ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA, TECNOLOGÍA

La enumeración de temas es indicativa de la amplitud y profundidad de la formación que ofrece la licenciatura.

CULTURA	CREATIVIDAD	ADMINISTRACIÓN	ECONOMÍA	TECNOLOGÍA
Teoría de la cultura	Artes	Administración de empresas	Economía y cultura	Comunicación Visual
Historia cultural	Estética y creatividad	Comportamiento organizacional	Economía creativa	Luz y sonido
Cultura y comunicación	Lenguajes y estilos	Dirección de recursos humanos	Economía y administración	Imagen
Derecho de la cultura	Diseño	Diseño y evaluación de proyectos	Estadística	TIC
Educación y cultura	Artes del espectáculo	Producción ejecutiva	Turismo y cultura	Audiovisual

PRÁCTICA PROFESIONAL

Se pondrá especial énfasis en la práctica profesional y la inserción laboral de los estudiantes. Durante los cuatro años habrá pasantías obligatorias y se trabajará a partir de proyectos concretos, uno para el segundo año y uno final, de evaluación, para la obtención del título.

ESPECIALIZACIÓN

La licenciatura será una plataforma para el desarrollo de especializaciones en las áreas de su particular competencia (como producción ejecutiva, gestión en artes escénicas, gestión del patrimonio, administración de empresas, turismo, economía de la cultura, etc.). También posibilitará la profundización en la investigación y la realización de maestrías o doctorados en el país y en el exterior, en los temas que se despliegan a partir de su currícula.

ELECTIVAS

En el marco de las actividades de la Facultad de la Cultura y de los demás cursos del CLAEH se agrega un conjunto de asignaturas electivas, para que el estudiante profundice en aquellas áreas más afines a su vocación.

Historia del Cine | Patrimonio | Ordenamiento Territorial | Música y músicos | Diseño Digital | Diplomacia y Cooperación Internacional | Comercio Electrónico | Historia Contemporánea | Edición de texto | Diseño Editorial | Literatura Uruguaya | Teatro Uruguayo | Museos | Archivos y Documentación.

La necesidad de formar profesionales especializados en cultura se hace cada día más urgente. Operadores que puedan caminar con soltura por los pretilos de la aventura y la racionalización. La aventura permanente que supone movilizar los fenómenos que hacen a la creación en todos los campos del quehacer humano, junto a la racionalización que proporciona viabilidad a metas y objetivos.

Equilibristas tenaces, los gestores culturales necesitan aprender las artes que permitan avanzar entre preguntas fundamentales y respuestas provisionarias, entre expresiones imitativas y propias, entre nuestro tiempo, el pasado y un futuro promisorio, entre la comarca y el mundo. Recursos humanos así instruidos, avalados por la experiencia teórica, metodológica y de campo, podrán comenzar a aportar los datos y saberes que apuntalen los procesos de adaptabilidad a los cambios, a la innovación permanente y al trabajo multidisciplinario.

THOMAS LOWY
Director de Unión Latina para Uruguay.

En un mundo globalizado, donde los códigos de comunicación son cada vez más universales, las sociedades exitosas (tanto en términos de RESISTIR la uniformidad como en términos de contribuir al enriquecimiento por la diversidad) son las que logran afirmar y desarrollar identidad afirmativa (o sea, no solo por oposición al “otro”). La identidad es esencialmente cultura, que deriva de un proceso complejo de creación-difusión-apropiación-uso y que no solo concluye en el disfrute y la re-creación, sino que tiene un valor económico, tanto directo (productos culturales) como indirecto (contribuyendo, por ejemplo, a la imagen-país asociada a los productos y servicios). La calidad y eficacia del PRODUCTO (cultura) no solo depende de la calidad de la materia prima (los agentes creativos), sino también de la calidad de los procesos. La profesionalización de la gestión de estos procesos —la gestión cultural— es un ingrediente indispensable para asegurar el resultado.

WALTER CANCELA

Economista. Director de Asuntos Económicos del Ministerio de Relaciones Exteriores. Presidente de la Fundación del Teatro Solís

¿QUÉ ES LA GESTIÓN CULTURAL?

Es la actividad profesional que proyecta, diseña y ejecuta productos y acontecimientos culturales. Entre la creación y sus públicos, junto al creador, ya sea conduciéndolo ejecutivamente como impulsándolo, el gestor cultural genera las oportunidades que dan valor económico y social a la actividad creadora.

GESTOR CULTURAL es el profesional encargado de diseñar, producir, intercambiar o comercializar bienes y servicios culturales. Su campo de acción combina en forma permanente saberes técnicos con aplicación de creatividad e innovación.


¿QUÉ ES LA ECONOMÍA CREATIVA?

Es un conjunto de saberes que vinculan la *creatividad* y la *producción cultural* con el crecimiento económico de los países.

Integra las siguientes áreas de conocimiento:

1. CULTURA
2. ECONOMÍA
3. TECNOLOGÍA
4. EMPRENDEDURISMO

El profesional en **ECONOMÍA CREATIVA** domina los saberes de administración de empresas y la economía, y al mismo tiempo posee una sólida formación en producción cultural. Se especializa en el análisis y el desarrollo de las actividades económicas que tienen un diferencial en la creatividad: desde la gestión de un tablado de carnaval hasta el diseño de la política cultural de un país.



Creo que estar preparado para la gestión es imprescindible. En particular para nuestra sociedad, es imperativo contar con profesionales capacitados en esta disciplina. Me parece que este será uno de los factores clave para el desarrollo real de nuestra sociedad. Tenemos abundancia de talento, de buenas ideas, de artistas y creadores; lo que nos hace falta es gente preparada para gestionarlos profesionalmente.

GERARDO GRIECO
Director general del Teatro Solís

Dentro de un mundo que se globaliza, cada vez son más notorias las diferencias en la forma de trabajar en todas las disciplinas en general, y en las vinculadas a la cultura y al arte en particular. Hoy se exige la excelencia en forma creciente, una actitud profesional en todos los detalles, el rigor en el cumplimiento de los tiempos, una conducción seria, responsable, creativa... El mundo cambia, avanza, compete, y nos demanda ponernos al día permanentemente.

VERA H. DE BERGENGRUEN
Presidenta del Centro Cultural de Música - Uruguay

En un mundo signado por la incertidumbre, el cambio y la globalización, la Licenciatura en Gestión Cultural y Economía Creativa se asienta sobre tres fuerzas que son la cultura, la economía y la creatividad. Esas tres fuerzas son básicas en la conformación del comportamiento humano. Y serán las que permitirán incentivar la formación de individuos innovadores y líderes. Ya el propio contenido de la propuesta es innovador en nuestro medio. Si la innovación es un pilar central en la actual economía basada en el conocimiento, esta licenciatura es un auspicioso paso adelante, porque apunta al centro de la cuestión actual, la cultura y la creatividad, complementadas con el imperativo económico. Seguramente hará una contribución significativa a la generación de real valor agregado cultural, conjuntamente con el económico, lo que redundará en beneficio de los niveles de vida de los uruguayos.

RICARDO PASCALE
Doctor en Economía de la Innovación y del Conocimiento. Profesor titular en la Universidad de la República

Para profesionalizar la cultura se necesitan
GESTORES CULTURALES que
**INVESTIGUEN, ORGANICEN, ADMINISTREN,
DISEÑEN, PROMUEVAN Y COMERCIALICEN.**



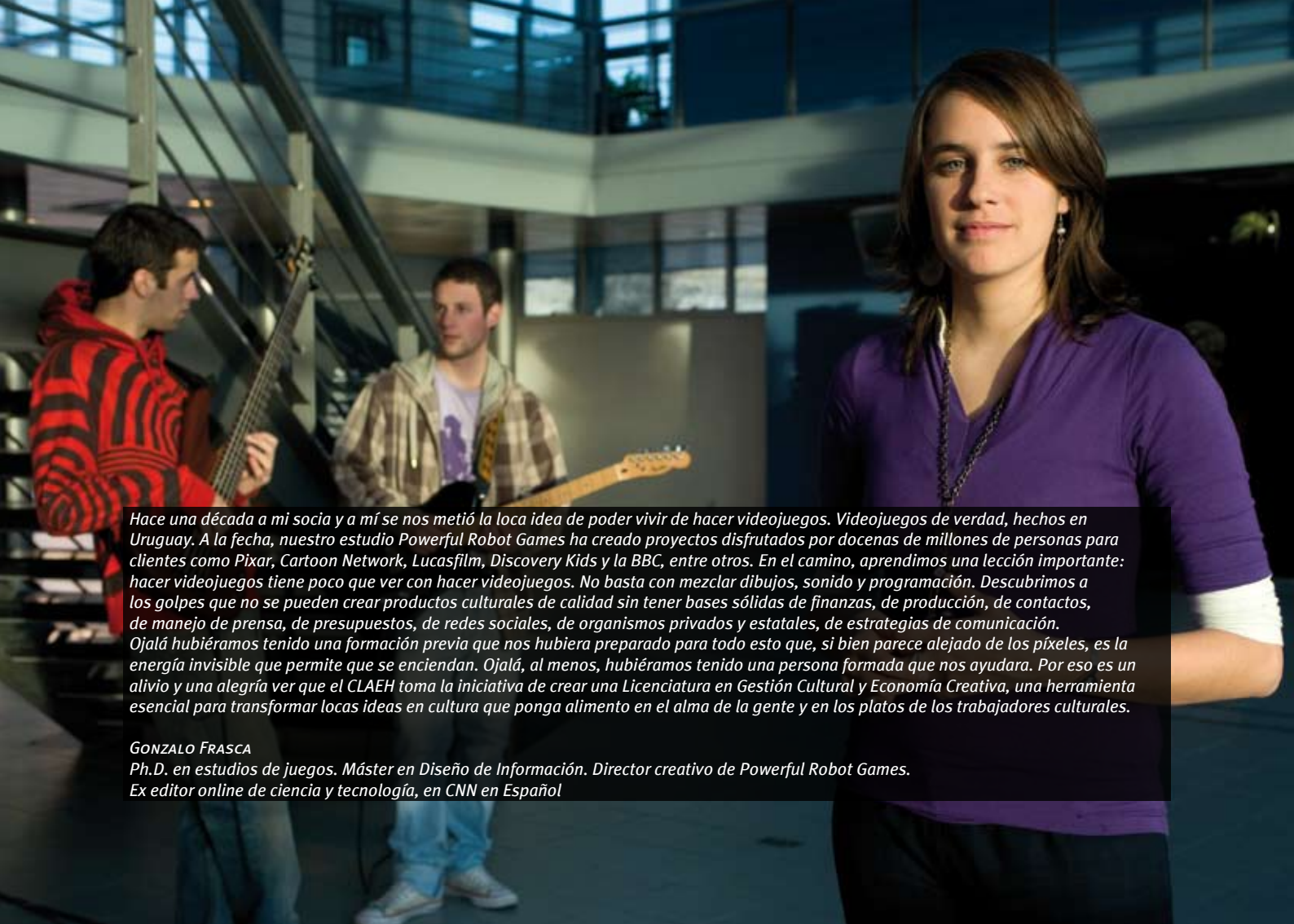
El objetivo final imaginable de una sociedad es liberar y cultivar la creatividad personal y colectiva y es para ello, en última instancia, que nos empeñamos en tener gente sana y con un mínimo de bienestar material. Admiro a los inventores de artefactos ingeniosos, me fascinan los descubrimientos científicos y los avances tecnológicos, aplaudo los mejoramientos institucionales que tiendan a dignificar la vida, ¿y no están ahí algunos aspectos de la cultura? Sin duda, pero no son los únicos. La cultura puede arraigar hondo y abarcar muchos mundos. Nos sostiene y nos permite aventurarnos exitosamente hacia lo desconocido. Nos brinda sentido y alegría. A la larga, mediremos la calidad de nuestros esfuerzos, por la extensión y perfeccionamiento de nuestra cultura.

Reconocer el creciente rol económico que juega la actividad cultural organizada—y no sólo en las prósperas industrias del entretenimiento— fortalece esa convicción. Acumular conocimientos, sistematizarlos, aprender de otros que nos llevan ventajas, elevar la gestión cultural de lo artesanal a lo profesional —en lo empresarial y en lo público— es imprescindible no ya para crecer, sino para sobrevivir. Ningún esfuerzo cultural perdura y se desarrolla sin la planificación adecuada de los recursos disponibles y, más aún, de los que hay que generar. Bienvenido el reto del CLAEH en su nueva licenciatura.

EDMUNDO CANALDA

Director de Editorial Fin de Siglo. Director del programa DosMil 30 en Radio El Espectador





Hace una década a mi socia y a mí se nos metió la loca idea de poder vivir de hacer videojuegos. Videojuegos de verdad, hechos en Uruguay. A la fecha, nuestro estudio Powerful Robot Games ha creado proyectos disfrutados por docenas de millones de personas para clientes como Pixar, Cartoon Network, Lucasfilm, Discovery Kids y la BBC, entre otros. En el camino, aprendimos una lección importante: hacer videojuegos tiene poco que ver con hacer videojuegos. No basta con mezclar dibujos, sonido y programación. Descubrimos a los golpes que no se pueden crear productos culturales de calidad sin tener bases sólidas de finanzas, de producción, de contactos, de manejo de prensa, de presupuestos, de redes sociales, de organismos privados y estatales, de estrategias de comunicación. Ojalá hubiéramos tenido una formación previa que nos hubiera preparado para todo esto que, si bien parece alejado de los píxeles, es la energía invisible que permite que se enciendan. Ojalá, al menos, hubiéramos tenido una persona formada que nos ayudara. Por eso es un alivio y una alegría ver que el CLAEH toma la iniciativa de crear una Licenciatura en Gestión Cultural y Economía Creativa, una herramienta esencial para transformar locas ideas en cultura que ponga alimento en el alma de la gente y en los platos de los trabajadores culturales.

GONZALO FRASCA

*Ph.D. en estudios de juegos. Máster en Diseño de Información. Director creativo de Powerful Robot Games.
Ex editor online de ciencia y tecnología, en CNN en Español*

Equipo:

Licenciatura en Gestión Cultural y Economía Creativa

Gonzalo Carámbula - Director

Laura Ibarlucea - Secretaria académica

Carlos M. Gutiérrez

Cecilia Pérez Mondino

Karina Acosta

Facultad de la Cultura

José Rilla - Decano

Hablar de gestión cultural hoy resulta algo común. Sin embargo, en el Uruguay, hasta hace pocos años no había una cantidad importante de personas que la ejercieran desde la formación terciaria. Siguen faltando centros de formación con una currícula adecuada, y ello va en detrimento de las diferentes acciones que, en nombre de la gestión cultural se realizan casi a diario y en todo el país. Por ello es imperioso que una institución de estudios terciarios sistematice y adecue el estudio de esta rama del «gerenciamiento cultural» sumando las corrientes más modernas que existen en el mundo a las realidades de nuestro país.

Las ahora conocidas «escuela norteamericana» y «escuela europea» deben ser la base para crear nuestra propia escuela. Con docentes experientes en la práctica directa de la gestión ya que ésta es fundamentalmente una carrera en la que la base teórica debe coexistir necesariamente con el trabajo de campo.

Aunque parezca increíble, aún hoy, terminando la primera década del siglo XXI, no hay estudios terciarios de gestión cultural en nuestro país. La creación en el CLAEH de una licenciatura en las ramas de Gestión Cultural y Economía Creativa, viene dar un paso enorme en la formación de futuros(as) profesionales en estas ramas del conocimiento. Tan valioso para el desarrollo de una comunidad (y un país!). Aporta —además— nuevas generaciones de profesionales, formados con todos los requisitos y herramientas necesarios para esta actividad de gran potencial en el mercado laboral actual.

ENRIQUE MRAK

Director del Área de Actividades Académicas
Centro Cultural de España

CLAEH / FACULTAD DE LA CULTURA
Licenciatura en Gestión Cultural
y Economía Creativa

Organización fundada en 1957, dedicada a la investigación, la promoción social y la educación superior.

Zelmar Michelini 1220, Montevideo
(02) 9007194*
gestioncultural@claeH.edu.uy
www.claeh.edu.uy