

2° Encuentro Nacional de Gestión Cultural

*Diversidad, tradición e innovación
en la gestión cultural*

Tlaquepaque, Jalisco. Octubre 14 al 17, 2015

El gestor cultural vs desempleo. El perfil de los estudiantes de arte y patrimonio cultural y las diferentes formas de gestionar la cultura en la Ciudad de México.

Ponencia presentada en el Segundo Encuentro Nacional de Gestión Cultural realizado en San Pedro Tlaquepaque, Jalisco, México entre los días 15 al 17 de octubre de 2015

Nayely Segundo Caltzontzin

Universidad Autónoma de la Ciudad de México

Licenciatura Arte y Patrimonio cultura

Omar Elí Manríquez Santiago.

Universidad Autónoma Metropolitana.

Doctorante en Estudios Sociales, línea de procesos políticos.



El gestor cultural vs desempleo.

El perfil de los estudiantes de Arte y Patrimonio Cultural y las diferentes formas de gestionar la cultura en la Ciudad de México

Resumen.

En el presente trabajo se pretende plantear y analizar el perfil académico de los estudiantes de la carrera de Arte y Patrimonio Cultural de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, frente a las ofertas laborales en D.F. Tomando en cuenta que es la ciudad donde existen más museos, por lo menos de América Latina, nombrada de esa forma en el año 2006, teniendo de las más variadas temáticas de exposición y recintos considerados patrimonio cultural de México y de la humanidad, también es una de las ciudades de América Latina donde se manejan los principales centros financieros y culturales y no olvidando que es la segunda ciudad más poblada del mundo. Señalando la forma en que el Gobierno de la Ciudad de México maneja las instituciones culturales públicas y también la manera en que las instituciones privadas se enfocan a sus públicos a través de las herramientas de *marketing*.

Tomando en cuenta lo anterior es importante hacer un análisis del perfil académico de los estudiantes de Arte y Patrimonio Cultural frente a los diferentes escenarios y campos posibles para el trabajador cultural ó “gestor cultural” pero que no está preparado para enfrentarlo, como: modelos de manejo de museos, modelos de comercialización y difusión, creación de empresas culturales, marketing cultural, entornos culturales virtuales y mercadeo cultural.

Palabras clave: *modelos de comercialización, mercadeo cultural y perfil académico.*

INTRODUCCIÓN.

La presente investigación plantea el análisis del perfil curricular de los estudiantes de la carrera de Arte y Patrimonio Cultural de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, frente a al mercado laboral que presenta la Ciudad de México a través de la infraestructura d espacios culturales que son gestionados por medio de entidades públicas o empresas privadas.

En este sentido será muy importante tener en cuenta variables que podrán influir de manera directa en las posibilidades de inserción laboral de dichos estudiantes, por ejemplo, un enfoque multidisciplinario en la currícula de sus estudios. Es decir, si existe una orientación hacia su inserción en el ámbito laboral que responda a las demandas del sector público, social y desde luego, del mercado laboral que en actualidad presenta un fuerte desarrollo en el sector cultural, tales como: industrias culturales, *marketing cultural*, entornos virtuales como espacios de intercambio cultural y el mercadeo. Los cuales son nichos de desarrollo profesional en la rama del sector cultural o bien despuntan como una herramienta para la publicidad empresarial.

Por ende, nuestra investigación se abordará de la siguiente manera: en un primer apartado se analizarán los **contenidos curriculares de la licenciatura de Arte y Patrimonio Cultural**. Asimismo, si existen contenidos cuyo enfoque aborde los nuevos modelos de gestión cultural de la infraestructura, sean museos, escuelas, parques temáticos, etcétera. También, sí han considerado el enfoque de la emprendeduría o autoempleo en industrias de sectores culturales.

En un apartado posterior se caracterizará el **potencial de desarrollo de la industria y sector público culturales**. Aquí es muy importante tener en cuenta que el Distrito Federal como metrópoli, es la ciudad en donde existen más museos, en comparación con el resto de América Latina –según datos presentados del año 2006. También destaca el hecho de que la Ciudad de México es una de las ciudades de América Latina donde se manejan los principales

centros financieros y culturales, sin olvidar que es la segunda ciudad más poblada del mundo.

En consecuencia, nuestra investigación hará una breve exposición del **tamaño de la infraestructura de espacios culturales que posee la Ciudad de México**, así como un recuento de sus contenidos temáticos y de exposición o de recintos considerados patrimonio cultural de México y de la humanidad. Será importante subrayar la forma en que el gobierno de la ciudad de México maneja las instituciones culturales públicas y la forma en que las empresas o las instituciones privadas se enfocan a sus públicos a través de nuevas herramientas de *marketing*, que exigen la capacitación específica de gestores culturales.

En un tercer apartado teniendo en cuenta la información curricular y el potencial de desarrollo de la industria cultural del sector público cultural **realizaremos un diagnóstico del campo laboral** sus potencialidades y requisitos Tomando en cuenta lo anterior es importante hacer un análisis del perfil académico de los estudiantes de Arte y Patrimonio Cultural frente a los diferentes escenarios y campos posibles para el trabajador cultural ó “gestor cultural” .

Por tal razón, se va a destacar cuáles son las potencialidades que posee el estudiante de acuerdo al perfil curricular con el que se le prepara, para luego tener un diagnóstico de sus posibilidades de inserción en el mercado laboral. En este sentido se considerará la incorporación de herramientas teóricas y técnicas tales como: modelos de manejo de museos, modelos de comercialización y difusión, creación de empresas culturales, *marketing cultural*, entornos culturales virtuales y mercadeo cultural. Un aspecto importante de nuestro estudio será la presentación de datos y un diagnóstico sustentado en solicitudes de información pública.

Finalmente nuestro estudio concluye con una breve comparación entre la currícula de diferentes licenciaturas con un perfil similar a la de la UACM. Dicha perspectiva comparativa de los contenidos curriculares con otras dos licenciaturas

semejantes a la impartida por la Universidad Autónoma de la Ciudad de México permitirá sustentar nuestro diagnóstico. Específicamente abordaremos el perfil curricular de los estudiantes de la Universidad de Guadalajara, y Universidad de Aguas Calientes.

Concluimos el análisis con una breve reflexión a manera de propuesta que pueda ser como considerada para enriquecer el perfil curricular de los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México para aumentar sus posibilidades de inserción laboral, de impacto en el desarrollo del sector público cultural o de innovación y autogestión de la cultura.

PERFIL DEL EGRESADO DE LA LIC. ARTE Y PATRIMONIO CULTURAL Y CONTENIDOS CURRICULARES.

En el presente apartado se analiza los puntos relevantes del programa curricular de la carrera de Arte y Patrimonio Cultural de la UACM, con el objetivo de poder tener una visión clara sobre el área de trabajo a la que van enfocados.

SEM	CURSOS O UNIDADES DE APRENDIZAJE
4º	Antropología de la cultura y el arte
4º	Problemas de la producción y reproducción cultural
4º	Estética: introducción a los problemas de la estética y el arte
4º	Optativa 4
4º	Optativa 5
5º	Filosofía de la cultura y el arte
5º	Legislación del patrimonio cultural y artístico
5º	Lenguajes artísticos en el México contemporáneo
5º	Optativa 6
5º	Optativa 7
6º	Sociología de la cultura y el arte
6º	Proyectos culturales
6º	Socialización y proyección de la cultura y el arte
6º	Optativa 8

6º	Optativa 9
7º	Psicología de la cultura y el arte
7º	Gestión cultural
7º	Significación, cultura y arte
7º	Optativa 10
7º	Optativa 11
8º	Seminario de investigación
8º	Políticas culturales
8º	Estudios culturales
8º	Optativa 9
8º	Optativa 10

La Licenciatura está programada para cursarse en ocho semestres, enfocado principalmente a la sociología, antropología, filosofía, lenguajes artísticos y talleres de producción artística de nivel básico durante la carrera. Por lo menos los tres primeros semestres, están dirigidos por contenidos de educación básica con enfoque de lectura, redacción y contexto histórico.

El objetivo general de la carrera es crear profesionales de la cultura con los conocimientos indispensables para elaborar diagnósticos, desarrollar y producir proyectos artísticos en distintos ámbitos sociales y culturales con la finalidad de favorecer la comprensión de identidades y grupos socioculturales distintos. Con habilidades profesionales en:

- 1.- Capacidad para relacionarse con grupos diversos, teniendo en cuenta el respeto al derecho a la diferencia.
- 2.- La mediación entre grupos diversos para que se establezca el diálogo y el consenso necesario para llegar a acuerdos.
- 3.- Conocimiento de las herramientas necesarias para el trabajo en equipo y con la idea de priorizar lo común.

Se entiende que el gestor o promotor cultural tendrá herramientas específicas para el trabajo con la sociedad en campo, ser intermediario entre

grupos de poder, contar con aptitudes que le permitan generar proyectos de intervención cultural enfocados en los diagnósticos e investigaciones realizadas por el mismo.

CICLO SUPERIOR PARA LA LICENCIATURA EN ARTE Y PATRIMONIO CULTURAL

En el ciclo superior solo se cuenta con la materia curricular de "Proyectos culturales, gestión cultural y políticas culturales". Siendo esta materia una herramienta básica para el perfil laboral del gestor cultural. Poniendo énfasis en la falta de currícula enfocada en las siguientes disciplinas o herramientas: creación de empresas culturales, marketing cultural, gestión y mercadeo de museos, creación de A.C., específicamente en la Ciudad de México.

POTENCIAL DE DESARROLLO DE LA INDUSTRIA Y SECTOR PÚBLICO CULTURALES.

En este apartado se pretende resaltar la importancia que en el perfil de los gestores culturales de la UACM tiene la inclusión de temas curriculares para su profesionalización, tales como la creación o gestión de empresas culturales –o de industrias culturales– sobre todo si están enfocados en el contexto de la Ciudad de México.

Ahora bien, de acuerdo a los datos analizados, las industrias culturales se ubican como uno de los sectores más importantes de la economía, el cuarto de hecho, sólo por debajo de la industria maquiladora, del petróleo y del turismo. Superan, entre otros, a sectores como el de las telecomunicaciones y el agropecuario. Por ende, las industrias culturales son un sector de suma importancia para nuestra economía, tanto por su contribución al PIB, al empleo como por su aporte al bienestar de las familias, ingresos para el gobierno, y no sólo eso, sino que también por la generación de divisas extranjeras fortaleciendo las finanzas del país. (Piedras: 2006: 4).

Valor agregado por grupo 1998

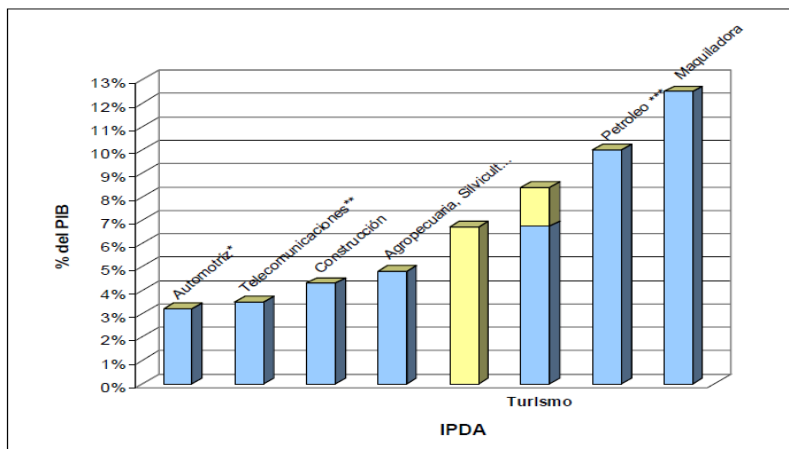
Grupo	% del PIB	% de las Industrias Culturales
Base	3.27%	48.80%
Interdependientes	1.41%	21.10%
Parcialmente	0.57%	8.50%
No dedicadas	0.45%	6.70%
Ec. sombra	1.0%	14.90%
Total	6.70%	100.00%

Fuente: Elaborado por The Competitive Intelligence Unit con base en información del INEGI, Censos Económicos 1998.

Contribución de las industrias culturales al PIB en Perspectiva Internacional



Participación en el PIB de industrias seleccionadas 1998



* La información corresponde al año 2001

** La información corresponde al año 2003

*** Estimación hecha por la Coordinación de Asesores de la Comisión Reguladora de Energía (CRE), 2004.

Fuente: Elaborado por The Competitive Intelligence Unit con base en información del INEGI, Álvarez Medina, María de Lourdes, "Cambios en la Industria automotriz frente a la globalización", Revista Contaduría y Administración No. 206, UNAM (México 2002)

Fuente: Piedras, p. 8:2006

Se ha identificado que en México, al igual que el resto del mundo y especialmente en los países en vías de desarrollo las MiPyMes son la mayor parte del total de empresa. En los países de la OCDE éstas representan el 95% del total de las empresas generando entre el 60% y el 70% del empleo. (Piedras, p 10: 2006). Analizando la relevancia de los datos sobre industrias culturales, nos damos cuenta que para un gestor cultural tener un perfil profesional que lo capacite en la creación de industrias culturales para el mayor impacto en el entorno es viable para un mejor desarrollo laboral y social del gestor cultural.

TAMAÑO DE LA INFRAESTRUCTURA DE ESPACIOS CULTURALES QUE POSEE LA CIUDAD DE MÉXICO.

De acuerdo a los datos oficiales del *Atlas de infraestructura cultural de México*, publicado en el año 2003, que contabiliza a nivel nacional los inmuebles dedicados o enfocados a fines culturales, encontramos el potencial del sector cultural en la capital. En esta parte del análisis nos interesa ponderar el potencial de la oferta de espacios con fines culturales en la Ciudad de México.

TIPO DE INFRAESTRUCTURA	CANTIDAD
MUSEOS	153
SALAS DE TEATRO	146
LIBRERÍAS	471
BIBLIOTECAS	410
CENTROS Y CASAS DE CULTURAL	233
SALAS DE CINE	565

La Ciudad de México, cuenta por lo menos con 1978 espacios-ofertas de infraestructura adecuada para los gestores y promotores culturales. Cabe señalar que dentro de este conteo se consideran las ofertas públicas, privadas aunque con una nicho o temática diferenciada para cada una, pero en las que el gestor cultural podría ser capaz de trabajar de acuerdo a su perfil como profesional de la cultura, siendo mediador e investigador de la materia.

DIAGNÓSTICO SUSTENTADO EN SOLICITUDES DE INFORMACIÓN PÚBLICA.

Con el objetivo de caracterizar el modelo curricular que implementa la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, se diseñó un grupo de preguntas para obtener

un perfil de egreso de los estudiantes de la carrera de Arte y Patrimonio Cultural así como también un bloque de preguntas para determinar el perfil de los docentes que imparten la currícula de dicha licenciatura y así poder obtener información vital para determinar la idoneidad del programa de estudios en la UACM.

Para este fin, ingresamos solicitudes de información pública a la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, mediante el sistema INFOMEXDF (ver anexo 1). En ese sentido, la información que se obtuvo fue la siguiente: el total de estudiantes matriculados en la licenciatura de Arte y Patrimonio Cultural, desde la generación de 2001 a la generación 2014, es de, 2690 estudiantes; de los cuales 181 cuentan con el 100 por ciento de créditos cubiertos; de esta parte, 72 estudiantes obtuvo su *certificado de terminación de estudios*; y de este conjunto existen 44 titulados.

Era importante saber cuál ha sido la orientación de los egresados de la carrera, por lo cual decidimos preguntar sobre sus proyectos de tesis o investigación con la siguiente pregunta ¿cuáles han sido sus temas de investigación de trabajo recepcional o de tesis de los alumnos egresados titulados?, a lo cual la Coordinación de Certificación y Registro, mediante oficio UACM/RCC/S-764/15, de Fecha 7 de julio de 2015, informó: *“por considerar protegidos los datos personales, la información solicitada no le puede ser proporcionada”*. Lamentablemente la respuesta fue negativa, a pesar de que existen informes anuales en los cuales presentan los avances de los estudiantes, así como sus productos finales, ya sean tesis o trabajos para la titulación y que son de acceso público.

Ahora bien, para determinar el perfil laboral de los estudiantes, solicitamos un informe estadístico que indicase el ámbito o sector en dónde trabajan los estudiantes; al respecto, la universidad señaló que no contaba con la información respectiva pues no existían estadísticas ni alguna unidad en la universidad que se encargara de recopilar tal información.

Respecto de la planta docente, se realizaron las siguientes preguntas: ¿cuántos profesores cuentan con perfil de gestor o promotor cultural?, ¿cuál es su grado de estudios?, ¿cuántos profesores cuentan con experiencia en gestión y promoción cultural? A lo cual la universidad, a través de su unidad de enlace, señaló que "la Subdirección de Recursos Humanos y la Coordinación del Colegio de Humanidades y Ciencias Sociales, a través de la Coordinación Académica, no habría encontrado ninguna evidencia para proveer información al respecto".

Finalmente, con la respuesta que se diera a nuestra batería de preguntas sobre el perfil docente quedó la insatisfacción de no poder contar con información mínima con la que sí cuenta la universidad y que utiliza al momento de seleccionar y contratar al personal académico, la cual se encuentra registrada en su hoja de vida y en toda aquella documentación probatoria para cubrir el perfil docente en la universidad.

Registro de trabajos de titulación

Tabla 2. TEMAS RELEVANTES EN LOS TRABAJOS Registrados hasta el año 2014 solo 29 trabajos. Del 2001 al 2014		
Patrimonio e identidad	3	Religión Propuesta de patrimonio cultural en México
Proyectos culturales	10	Guion museístico Pasarela de moda Autogestión de proyectos culturales Reactivación de proyectos Festivales culturales Proyectos teatrales Propuesta de formación de públicos
Estudios de caso	12	Teatro Promoción cultural en comunidades rurales Programas públicos de difusión cultural Modelos de gestión en galerías El perfil del gestor cultural en la ciudad de México (2012) Literatura latinoamericana Estudio del juguete artesanal Música y expresión urbana Rescate de espacios públicos Estudio de zonas arqueológicas.
Ensayo	3	Danza mexicana

		Autores en específico Hermenéutica
Bibliografía	1	Mercedes Reyes Castillo
Fuente: Catálogo de trabajos recepcionales de la licenciatura en Arte y Patrimonio Cultural 2014.		

Entre los trabajos que se analizan hasta la base del 2014, no se cuenta con temas orientados a la creación de empresas culturales, *marketing* cultural, manejo de museos, creación de productos culturales y fundación de asociaciones civiles para financiamiento en proyectos culturales..

Diagnóstico.

Se aprecia la ausencia de materias que pueden enriquecer el perfil profesional de los educando y abrir una ventana de oportunidad laboral, dado el gran potencial del sector cultural en la Ciudad de México. Es necesario la incorporación de herramientas teóricas y técnicas tales como: modelos de manejo de museos, modelos de comercialización y difusión, creación de empresas culturales, *marketing cultural*, entornos culturales virtuales y mercadeo cultural.

Después del análisis realizado sobre el perfil del gestor cultural del egresado de la UACM, se considera fundamental realizar una actualización del contenido curricular para que se tenga un mayor rango de espectro laboral en la Ciudad de México.

En este sentido consideramos que existen herramientas y enfoques disciplinarios sustantivos para tal objetivo. Por tal razón debieran incorporarse temas fundamentales como:

Creación de empresas culturales: la importancia de este tema radica en que en los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) éstas representan el 95% del total de las empresas generando entre el 60% y el 70% del empleo. (Piedras: 2006: 10). En consecuencia, al tener un perfil, donde se desarrolle esta competencia, no solo le dará capacidad para participar

en el contexto de la Ciudad de México, si no en todos los países y localidades que tengan un impacto importante en el tema de las empresas culturales.

Marca de museos:

Los datos revelados en la encuesta a públicos de museos 2008-2009 por el CONACULTA, revela que solo 6.8% de los encuestados visitan un museo una vez al mes, mientras que un 52.8%6 asiste con frecuencia al cine. Convertir la identidad del museo en una marca no representa una solución a todos los problemas que enfrentan, pero si es alternativa que llevada a buen término puede hacerlo visible y atractivo e incrementar de manera significativa el interés de los visitantes. (Martínez, 2011: 10).

Además, en nuestro análisis anterior mostramos que la Ciudad de México, cuenta con al menos 153 museos entre públicos y privados, entre los cuales en su mayoría son públicos, cabe señalar que el gestor cultural es el idóneo para poder generar una marca de museos con todas las herramientas sociológicas pero que aumentarle en su perfil cómo se crea una marca, identidad de los museos, entorno, producto, comunicación y comportamiento en el publico meta.

Estrategia de mercadotecnia cultural

Es un concepto nuevo en México con miras a ser un tema importante en un futuro cercano, dado que es un área de estudio elemental para que aquellas personas involucradas en el sector artístico y cultural (ya sea instituciones, gestores, promotores, productores culturales, artistas, entre otros), puedan generar conocimiento de sus públicos meta y las estrategias de venta apropiadas (Quintero, 2006: 2). Esta herramienta en particular apoyaría al gestor cultural, en el emprendimiento y lanzamiento de productos culturales, sabiendo generar y mantener al público de la ciudad de México que se encuentra inmerso en un abanico de propuestas culturales de varias calidades.

Creación de organizaciones civiles

Una asociación civil es una persona jurídica privada, constituida por un conjunto de personas físicas –llamados socios– que, con la debida autorización del Estado, se unen para realizar actividades que tienden al bien común. La característica que las distingue es que no persiguen una ganancia comercial o económica; por ello es común que también se las denomine con “Entidades civiles sin fines de lucro”.¹

La importancia de crear Asociaciones civiles, es fundamental para el gestor cultural, para el desarrollo profesional del mismo y también para el entorno, principalmente enfocado a buscar fondos para proyectos que se generen según el contexto que se encuentre.

COMPARATIVA DE CARRERAS SIMILARES ENTRE UNIVERSIDADES EN MÉXICO

Finalmente nuestro estudio concluye con una breve comparación entre la currícula de diferentes licenciaturas con un perfil similar a la de la UACM. Dicha perspectiva comparativa de los contenidos curriculares con otras dos licenciaturas semejantes a la impartida por la Universidad Autónoma de la Ciudad de México permitirá sustentar nuestro diagnóstico. Específicamente abordaremos el perfil curricular de los estudiantes de la Universidad de Guadalajara y la Universidad de Aguascalientes.

Perfil del gestor cultural en la Universidad de Aguas Calientes.

Licenciatura en Ciencias del Arte y gestión cultural. Duración: 10 semestres.

Tabla 3. PRIMER SEMESTRE

¹ Véase, http://www.ciudadyderechos.org.ar/archivos/infutil/guia_asociacion_civil.pdf

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL I
SEGUNDO SEMESTRE
FUND. MORFOFISIOLOG. DEL SIST. SENSORIAL HUM.
METODOLOGÍA DE LA INVESTIG. DOCUMENTAL II
TERCER SEMESTRE
MUSEOLOGÍA
MERCADOTECNIA CULTURAL
OPTATIVA PROFESIONALIZANTE (I-IV)
EDUCACIÓN A TRAVÉS DE LAS ARTES INVESTIGACIÓN ESTÉTICA PROYECTOS CULTURALES MERCADO DEL ARTE CON ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA

Perfil del gestor cultural en la Universidad de Guadalajara.

Tabla 4. LICENCIATURA EN GESTIÓN CULTURAL (MODALIDAD NO ESCOLARIZADA)
PLAN DE ESTUDIOS.
COOPERACIÓN CULTURAL INTERNACIONAL
DESARROLLO DE ENTORNOS CULTURALES VIRTUALES
ECONOMÍA DE LA CULTURA
EVALUACIÓN DE IMPACTO DE PROYECTOS CULTURALES
EVALUACIÓN DE VIABILIDAD DE PROYECTOS
FORMACIÓN DE PÚBLICOS
GESTIÓN DE REDES DE COOPERACIÓN CULTURAL
MERCADEO CULTURAL
ORGANIZACIÓN DE SERVICIOS CULTURALES
PLANIFICACIÓN Y ADMINISTRACIÓN CULTURAL
PROFESIONALIZACIÓN DE LA GESTIÓN CULTURAL

PROYECTO I,II,III, IV, V, VI, VII, VII
COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
CREACIÓN DE EMPRESAS CULTURALES
ESTRATEGIAS DE ORGANIZACIÓN Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA
GESTIÓN DE ESPACIOS ESCÉNICOS
GESTIÓN DE ESPACIOS MUSEOGRÁFICOS Y DOCUMENTALES
GESTIÓN DE ESPACIOS PÚBLICOS
GESTIÓN DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN
GESTIÓN PRESUPUESTARIA Y FINANCIERA
ORGANIZACIÓN DE FESTIVALES CULTURALES
SEMINARIO DE ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS CULTURALES
SEMINARIO I , II, II, IV,
AMBIENTES DE APRENDIZAJE PARA LA EDUCACIÓN ARTÍSTICA
ANÁLISIS COYUNTURAL Y DEL ENTORNO
ANÁLISIS DE MODELOS DE DESARROLLO SOCIAL
ANÁLISIS DEL MARCO LEGAL Y FISCAL DE ORGANIZACIONES Y EMPRESAS

En este análisis comparativo de formadores de Gestores culturales, nos damos cuenta que se habilita al estudiante con un perfil de que le permite desarrollarse en el sector público y privado. Sin dejar de lado el enfoque humanista y social que debe de mantener el trabajo del gestor cultural.

Conclusiones.

En conclusión, este trabajo propone que en la UACM se realice un análisis profundo sobre el perfil de los futuros gestores culturales enfocados en el contexto de la Ciudad de México, insertando herramientas contemporáneas para la comprensión y el óptimo desarrollo del sector cultural en el contexto actual, como las ya mencionadas que son: creación de empresas culturales, asociaciones civiles, *marketing* y mercadeo cultural y manejo de museos tanto públicos y privados. Ya que ha sido demostrado, con los datos del diagnóstico sobre la

infraestructura cultural y la importancia de la cultura en el PIB en México, que los gestores culturales tendrían un vasto espectro de mercado laboral demandante de un perfil profesional humanista, multidisciplinario y competitivo; lo cual permitirá un posicionamiento de la cultura y de la misma Universidad en la intervención y desarrollo de la cultural.

Tomando en cuenta que los medios y formas de intercambio económico van creciendo y modificándose, el gestor cultural debe de estar a la vanguardia de los mismos, independientemente del sector económico o social en el que trabaje o se enfoque. Del mismo modo el gestor cultural puede mantener un perfil de investigador y mediador en los temas culturales, los cuales son temas fundamentales para su desarrollo, aunque las tecnologías, mercados y contextos sean cambiantes. En esta breve propuesta hay elementos que podrían enriquecer el perfil curricular de los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México para aumentar sus posibilidades de inserción laboral, de impacto en el desarrollo del sector público cultural o de innovación y autogestión de la cultura.

BIBLIOGRAFÍA.

Ernesto Piedras, Industrias Culturales para el Desarrollo Integral en México y América Latina, 2006, México.

Cristina Martínez Salazar, CASA LAMA, Identidad y marca en los museos, acercamiento a partir de dos estudios de caso: el museo nacional de historia y el museo del objeto del objeto, tesis para obtener el grado de: Maestría en estudios de museos y gestión del arte, 2011, México D.F.

Parámetros para la estrategia de mercadotecnia cultural, Capítulo 6, 2011.

CONACULTA, Atlas de infraestructura cultural en México, 2003, México.

Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Programa de estudios licenciatura en arte y patrimonio cultural, 2001, México.

Universidad de Aguascalientes, Programa de estudios de la licenciatura en ciencias del arte y gestión cultural, 2012, Aguascalientes.

Universidad de Guadalajara, Programa de estudios de la licenciatura en Gestión cultural, modalidad no presencial, 2015, Guadalajara, Jalisco.

Anexo 1.

Solicitud de información pública de fecha 19 de junio de 2015, ingresada mediante el sistema INFOMEXDF con número de folio 3700000041515.

1. *¿Cuántos alumnos matriculados hay en la carrera de Arte y Patrimonio Cultural?*

Actualmente el total de estudiantes matriculados en la licenciatura de Arte y Patrimonio Cultural de la generación de 2001 al 2014-II es de 2690 estudiantes”.

2. *¿Cuántos alumnos titulados y egresados hay en la carrera de Arte y Patrimonio Cultural?*

Existen 181 estudiantes con el 100 por ciento de créditos cubiertos; 72 estudiantes a las que ya se les emitió el certificado de terminación de estudios; y 44 titulados”.

3. *¿Cuáles han sido sus temas de investigación de trabajo recepcional o tesis de los alumnos egresados titulados?*

Por considerar protegidos los datos personales de la información solicitada la misma no le puede ser proporcionada”.

4. *¿Existe información sobre el sector en donde laboran dichos egresados de la carrera? Si es así, solicito un reporte estadístico de dicha información.*

A la fecha en la universidad no se cuenta con un área especializada que dé seguimiento a sus egresados y en virtud de lo anterior, no se cuenta con un reporte estadístico (ni físico ni electrónico) sobre el sector en donde laboran no solo los egresados de la carrera de Arte y Patrimonio Cultural sino del resto de las licenciaturas que imparte esta casa de estudios.

5. *¿Cuántos profesores cuentan con perfil de gestor y/o promotor cultural?*
6. *¿Cuál es su grado de estudios?*
7. *¿Cuántos profesores cuentan con experiencia en gestión y promoción cultural?*

La subdirección de recursos humanos, la coordinación del colegio de humanidades y ciencias sociales, y en la coordinación académica, no se encontró evidencia alguna que acredite que esta casa de estudios cuente con la información por usted solicitada, en ese orden de ideas resulta de imposible solventación el cumplir con los planteamientos por usted requeridos.