

PLAN DE ESTUDIOS

ECOSISTEMA INDUSTRIAS CREATIVAS Y CULTURALES

Contenido

1. Hacia el diseño y desarrollo de nuevas propuestas formativas.....	3
2. Ecosistema curricular Industrias creativas y culturales.....	5
2.1 Pertinencia de la formación.....	5
2.2 La industria y la cultura.....	6
3. Curso Técnico Terciario en Diseño de Videojuegos.....	15
3.1. Fundamentación y alcance de la propuesta.....	16
3.2 Perfil de ingreso.....	17
3.3 Perfil de egreso.....	17
3.4. Modularidad y certificación.....	21
3.5 Estructura Curricular.....	21
3.6. Anexo Reglamentario.....	26
3.7 Esquema Curricular.....	28
3.8 Perfiles docentes.....	30
4. Tecnólogo en Industria Audiovisual énfasis en Producción, Guión y Dirección de Arte.....	37
4.1. Perfil de ingreso.....	38
4.2 Perfil de egreso.....	39
4.3. Modularidad y certificación.....	43
4.4. Estructura Curricular.....	43
4.5 Anexo Reglamentario.....	48
4.6 Tabla de equivalencias.....	51
4.7 Esquema Curricular.....	54
4.8 Perfiles docentes.....	56
5. Tecnólogo en Industria Audiovisual énfasis en Diseño de Imagen y Sonido.....	68
5.1 Perfil de ingreso.....	69
5.2 Perfil de egreso.....	69
5.3 Estructura Curricular	73
5.4 Modularidad y certificación.....	77
5.5 Implementación de la modalidad semipresencial.....	78
5.5.1. Fundamento pedagógico de la modalidad de enseñanza semipresencial.....	78
5.5.2. Orientaciones para la planificación de instancias virtuales.....	80
5.5.3 Adaptación metodológica.....	80
5.5.4. Diseño de recursos y materiales accesibles.....	80
5.5.5. Plataforma y herramientas tecnológicas.....	81
5.5.6. Estrategias de evaluación.....	81
5.5.7 Interacción y acompañamiento.....	81
5.5.8. Accesibilidad y equidad.....	82
5.5.9. Gestión del tiempo y autonomía del estudiante.....	82
5.5.10 Propuesta de adecuación curricular para la implementación de énfasis en diseño y imagen - Modalidad semipresencial.....	82
5.5.11 Unidades curriculares y niveles de virtualidad.....	84
5.6 Anexo Reglamentario.....	85
5.7 Tabla de equivalencias.....	87

5.8 Perfiles docentes.....	90
6. Orientaciones pedagógicas.....	101
6.1. Metodologías activas en la formación terciaria	101
7. Lineamientos operativos y seguimiento.....	104
7.2 Plan de seguimiento de la propuesta.....	106
8. Referencias bibliográficas.....	111

1. Hacia el diseño y desarrollo de nuevas propuestas formativas

El diseño curricular en la educación superior constituye un proceso estratégico que define la estructura, los contenidos, las metodologías y los criterios de evaluación de una propuesta educativa, lo que implica decisiones pedagógicas, epistemológicas y políticas que impactan en la calidad de la formación. El currículo actúa como un puente entre el conocimiento académico, las demandas del entorno social y productivo, y las trayectorias de aprendizaje de los estudiantes, por lo que su diseño requiere una mirada integradora y contextualizada. En el presente, los procesos de diseño curricular en la educación superior enfrenta múltiples desafíos, entre ellos la necesidad de responder a contextos cambiantes, incorporar tecnologías digitales, fomentar la internacionalización, y articular la formación con el mundo laboral. A su vez, se vuelve indispensable garantizar la flexibilidad curricular, la inclusión educativa y la actualización permanente de los planes de estudio. En este escenario, el currículo debe entenderse como un sistema abierto, en constante revisión, capaz de adaptarse a las transformaciones sociales y a las necesidades formativas de las nuevas generaciones.

En este sentido, Addine (2000) define el currículo reconociendo la necesidad de apertura y actualización antes señalada:

“El currículo es un proyecto educativo integral con carácter de proceso, que expresa las relaciones de interdependencia en un contexto histórico-social, condición que le permite rediseñarse sistemáticamente en función del desarrollo social, progreso de la ciencia y necesidades de los estudiantes, que se traduzca en la educación de la personalidad del ciudadano que se aspira a formar” (2000, p.5)

De esta manera, se define de interés el desarrollo de carreras en la DGETP-UTU como ecosistemas curriculares, entendiendo que en la formación terciaria este representa un modelo educativo integrado de oferta educativa, flexible y dinámico, que trasciende la estructura rígida de los planes de estudio tradicionales, organizados por curso y orientación productiva. Se constituye como una estructura educativa interconectada, que se destaca por su enfoque sistémico, adaptativo y centrado en el estudiante, priorizando la definición de los itinerarios dentro de campos formativos, el reconocimiento de créditos y la valoración de propuestas de formación continua.

Dentro del ecosistema curricular, se considera la oferta educativa asociada a los diferentes niveles de formación, vinculados a orientaciones socioproductivas y demandas del mundo del trabajo. Por ello se definen itinerarios formativos y niveles de formación que abarcan:

1. Formación Inicial Terciaria: cursos de estudios post bachillerato relacionados con el nivel CINE¹ 4 (según códigos de clasificación de los programas educativos) orientados a egresados de la Educación Media Superior.
2. Microcredenciales: certificaciones que acreditan la adquisición de aprendizajes obtenidos a través de experiencias formativas de corta duración, orientadas a la actualización profesional y a la formación continua.
3. Tecnicatura: tiene una duración de 2 años. El egresado adquiere saberes prácticos y teóricos para intervenir directamente en procesos productivos, aporta soluciones concretas desde una comprensión integral de los procedimientos del sector, con un enfoque ético y contextualizado.
4. Tecnólogo: con una duración de 3 años, forma profesionales que dominan el sistema productivo de su especialidad y comprenden sus fundamentos, procesos y procedimientos. El egresado está capacitado para integrarse en entornos laborales reales, supervisar equipos de trabajo y aplicar soluciones prácticas con criterio ético ante los desafíos cotidianos del sector.
5. Ingeniero Tecnológico: es una formación dirigida a quienes ya cuentan con formación técnica en áreas afines y quieren ir más allá de diseñar, mejorar y liderar procesos tecnológicos con impacto real. Tiene una duración de 4 años y el egresado podrá participar en proyectos de investigación, desarrollo e innovación, generar tecnologías, procedimientos y soluciones en distintos ámbitos productivos, integrando una mirada ética, sostenible y comprometida con el futuro.
6. Especializaciones: es una propuesta formativa destinada a egresados de Tecnicaturas, Tecnólogos o Ingenieros Tecnológicos que buscan profundizar sus conocimientos en un área específica. Permite actualizar conocimientos técnicos, interiorizarse sobre las nuevas demandas del mercado y fortalecer la capacidad de innovación dentro de su campo profesional.

¹ Clasificación internacional normalizada de la educación - UNESCO (2011).

2. Ecosistema curricular Industrias creativas y culturales

2.1 Pertinencia de la formación

De acuerdo al Informe “Propuestas de Educación Técnica Terciaria e Innovación para el Desarrollo Territorial” (OET, 2025)², la Universidad del Trabajo del Uruguay (UTU) orienta sus esfuerzos a fortalecer una educación técnica y tecnológica que articule inclusión, desarrollo territorial y vinculación efectiva con el trabajo y el empleo. En este marco, impulsa el proceso de descentralización, que potencia el rol de los equipos de dirección de los centros educativos y de los campus regionales, y refuerza los equipos técnicos y de gestión en cada región.

Este proceso de descentralización busca consolidar polos de educación tecnológica a nivel nacional, revitalizando la propuesta educativa de acuerdo a las características sociales, productivas y culturales de cada región. La educación terciaria, en particular, se fortalecerá mediante la adecuación y diversificación de su propuesta, priorizando la calidad académica, la pertinencia territorial y el diálogo institucional con UdelaR y UTEC.

Asimismo, se propone profundizar el vínculo de las carreras terciarias con el trabajo, la producción, la innovación y el desarrollo local, consolidando la extensión como una herramienta para el involucramiento con la comunidad y la transformación social desde los territorios.

Partiendo del análisis de la realidad nacional —marcada por una población envejecida, desigualdades territoriales en el acceso a la educación media superior, una producción agropecuaria tecnificada, un sector industrial limitado pero con polos emergentes, y desafíos en sostenibilidad e inclusión— se propone una estructura de líneas educativas innovadoras para la educación técnica, tecnológica, profesional y artística.

Según el mencionado Informe, al respecto del presente ecosistema formativo agrega que para el área de Arte, cultura y comunicación se impulsan propuestas educativas que integran lenguajes visuales, tecnologías y enfoques comunitarios,

² DGETP/UTU. Observatorio de Educación y Trabajo. “Propuestas de Educación Técnica Terciaria e Innovación para el Desarrollo Territorial” (mayo, 2025).

programas de narrativas audiovisuales. Las propuestas combinan arte, gestión cultural y comunicación visual, formando profesionales versátiles capaces de crear, enseñar, gestionar y producir en distintos campos. Estas propuestas abren oportunidades en diseño, audiovisual, entretenimiento y cultura, fortaleciendo el vínculo entre arte, territorio y sociedad.

2.2 La industria y la cultura

El campo de las industrias culturales y creativas se configura en un terreno de tensiones donde convergen, por un lado, las críticas a la mercantilización y estandarización de la cultura (Adorno y Horkheimer, 1944), quienes sostienen que *“la industria cultural perpetúa la injusticia social al convertir la cultura en un mecanismo de integración pasiva”*; y, por otro, las perspectivas que subrayan su potencial como motor económico y de innovación. Howkins (2001), por ejemplo, señala que *“la creatividad es la fuente de riqueza más importante de nuestro tiempo”*, mientras que Duque y Buitrago (2013) definen la economía naranja como una *“oportunidad infinita”* para América Latina. Reconocer estas tensiones no implica optar por un polo u otro, sino comprender que la sostenibilidad del sector depende de la capacidad de navegar entre ambos, articulando los valores culturales con las oportunidades económicas.

En este sentido, la generación de valor a través de la propiedad intelectual y de los servicios asociados constituye una oportunidad estratégica siempre que se mantenga un equilibrio con la revalorización de la cultura y las narrativas locales. Como afirma la UNESCO (2010), *“la diversidad cultural es tan necesaria para la humanidad como la biodiversidad lo es para la naturaleza”*, y constituye la base para transformar las identidades en activos diferenciales en el mercado global. Así, más que oponer lo económico y lo cultural, se trata de construir un modelo que capitalice la creatividad como recurso productivo sin despojarse de su densidad simbólica y social, garantizando que el crecimiento de la industria esté anclado en la diversidad y el valor cultural.

El presente tecnológico, liderado por el avance de la inteligencia artificial, introduce un dilema adicional: constituye al mismo tiempo un riesgo —por la posible

automatización, homogeneización y desplazamiento de prácticas culturales— y una oportunidad inédita de potenciar la creación, la distribución y la gestión de contenidos. Desde una mirada crítica, Garnham (2011) advierte que el desplazamiento hacia las “industrias creativas” puede diluir la función cultural en favor de la rentabilidad, lo que obliga a encarar la IA con una perspectiva equilibrada. En este escenario, la educación terciaria tiene un papel decisivo: debe formar profesionales capaces de asumir este dilema como una oportunidad, desarrollando competencias críticas y creativas que permitan apropiarse de las herramientas tecnológicas para ampliar el valor cultural y económico de las industrias creativas, sin renunciar a la diversidad y a la centralidad de lo humano en los procesos culturales.

En esta dirección, es pertinente recuperar la visión de Pedro Figari, quien entendía que la educación debía integrar de manera inseparable lo artístico y lo industrial en clave tecnológica. Su propuesta de una enseñanza que conjugara sensibilidad estética y capacidad productiva anticipa, ya en la primera mitad del siglo XX, la importancia de formar sujetos capaces de crear y producir al mismo tiempo. Esta perspectiva sigue siendo clave en el escenario actual, donde la tecnología y la cultura requieren un enfoque formativo integral que supere la división entre arte y técnica. En consecuencia, potenciar el trabajo en red y la interdisciplinariedad se vuelve fundamental. Como recuerda Richard Sennett (2008), *“hacer es pensar”*, y el oficio creativo solo florece cuando integra la técnica con la reflexión colectiva. Solo mediante la colaboración entre áreas, instituciones y comunidades será posible generar ecosistemas creativos robustos, capaces de equilibrar innovación tecnológica y valor cultural. La articulación de saberes distintos no solo fortalece la capacidad de respuesta frente a los desafíos del presente, sino que también multiplica las posibilidades de creación y de inserción en las cadenas de valor globales desde una base identitaria y culturalmente situada.

2.3 Las industrias creativas y culturales³: Un cambio de era

En Uruguay, históricamente se ha dado un importante desarrollo de las artes, y en los últimos años se ha apostado a la promoción de las actividades culturales a través de fondos y de apoyos.

En este sentido, las industrias creativas abarcan una amplia gama de actividades intensivas en cultura, creatividad y conocimiento, centradas en la intersección del arte, negocios y tecnología. En un contexto de grandes transformaciones, éstas industrias se conectan con nuevos modos de entender la creación y la asignación de valor, por lo tanto la experiencia del usuario toma un rol protagónico en relación a los productos objetivos y tangibles.

En este cambio de era, la participación en actividades basadas en el aprendizaje y la creatividad que transforman información y conocimiento por medios digitales y simbólicos, prima sobre la economía basada en industrias manufactureras y extractivas.

Siendo su materia prima principal la creatividad también tiene impacto para transformar sectores y actividades económicas tradicionales.

A nivel mundial el desarrollo de internet, el comercio electrónico, los archivos en formato digital, el modo en que la gente produce y consume cultura y las nuevas tecnologías las transformaron y las hicieron crecer exponencialmente.

Por tanto comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamentan en la propiedad intelectual, como la arquitectura, las artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, TV y radio y los videojuegos.

Por otra parte, es interesante que desde un enfoque holístico los sectores Audiovisual y Videojuegos aluden a la producción de contenidos independientemente de la plataforma de distribución y consumo, así como las cadenas de valor asociadas. En este sentido, las cadenas de valor de estas industrias se dividen en cinco eslabones principales: la creación, la producción, la distribución, la comercialización, el consumo. Lo interesante es que hoy en día por

³ Este apartado se basa en los siguientes documentos de: 1) Uruguay XXI: a) Informe Sectorial. Industrias Creativas en Uruguay. Inteligencia competitiva. Marzo 2018; b) Servicios Globales en Uruguay. Setiembre 2024. 2) OPP. Hacia una estrategia nacional de desarrollo, Uruguay 2050. Volumen XIII. Las industrias creativas en el desarrollo del Uruguay del futuro. 2019.

las posibilidades tecnológicas, una misma empresa puede encargarse de varios eslabones, y también tiene implicancias en la demanda de recursos humanos y el tipo de calificación necesarios. No sólo se necesitan creadores, también tienen que estar preparados para manejar los distintos modelos de negocios y las herramientas tecnológicas disruptivas, como la IA.

Su producción es una combinación de creatividad, investigación, administración, gestión y marketing, las cuales se anclan a cierta tecnología para llevarlo a cabo.

Sobre el reclutamiento de recursos humanos actualmente en las empresas creativas procuran contratar personas cuya característica principal laboral sea la “inteligencia T”. Es decir, la línea vertical de la T representa un conocimiento profundo y habilidades desarrolladas en un campo específico, mientras que la línea horizontal refiere a la habilidad de colaborar a través de distintas disciplinas con otros profesionales, teniendo un conocimiento general. Por lo tanto, son generalistas en un campo variado de conocimientos y expertos en un campo específico.

En clave prospectiva (OPP, 2019), los actores sectoriales en Uruguay establecieron cinco objetivos, uno de ellos fue la capacitación en el rol de creadores y en relación a la gestión profesional de las empresas con herramientas digitales para nuevos roles encargados de los negocios. También algunos roles se vieron como escasos o faltantes y se pueden formar, como los “vinculadores”, que son capaces de establecer puentes entre las diversas iniciativas de las industrias creativas con las industrias tradicionales, así como los “agentes de ventas” de los productos y servicios de las industrias creativas ya sea a nivel local, regional o internacional. Como cursos necesarios en marketing digital, entorno digital y utilización de tic para modelos de negocios, propiedad intelectual y derechos de autor y habilidades para la internacionalización de los proyectos.

Por lo tanto, no solo se apunta a la formación de habilidades propias del sector sino también a capacidades en comercialización y vinculación de y con actores claves.

Por otra parte, las industrias creativas integran el segmento de Servicios Creativos de los denominados servicios globales. Los servicios globales responden a un modelo de negocios, en el cual una empresa deslocaliza parte de sus actividades en el exterior, mediante una subsidiaria o la subcontratación de un tercero en el extranjero, con el propósito de reducir costos, aumentar la eficiencia operativa e incorporar innovaciones tecnológicas y ventajas laborales y/o tributarias de otros destinos. A nivel internacional los servicios no tradicionales, como los vinculados a

las tecnologías de la información y la comunicación, a las industrias creativas, se han posicionado como líderes en el mercado de la mano de la tecnología y la IA. Las exportaciones de estos servicios en nuestro país han crecido a muy buen ritmo en la última década y también ha tenido un impacto positivo en el empleo.

Por lo tanto, el concepto de economía creativa que ha ganado terreno en los últimos años, es impulsado por la innovación y la creatividad de las personas y ha tenido impacto en los ingresos y en el empleo. Contribuyendo en los modos en que estimula la aparición de nuevas ideas o tecnologías y los procesos de cambio transformativo.

Es decir que, a nivel global es importante el valor agregado económico que crean, que se basa en la creatividad, la capacidad de adaptación a los contextos tecnológicos cambiantes, y el pensamiento crítico, insumos que cobran cada vez más valor en un escenario de automatización del trabajo.

2.4 El sector Audiovisual en Uruguay ⁴

Específicamente las actividades audiovisuales se expresan en un proceso creativo y productivo de imágenes en movimiento sobre cualquier soporte y de cualquier duración, destinadas a ser difundidas y comunicadas por cualquier medio, que comprende las diferentes fases desde la creación de la obra hasta la puesta a disposición de los consumidores.

Para el desarrollo del sector audiovisual en nuestro país las condiciones son muy favorables. Con respecto a las posibilidades de filmar en Uruguay se presenta como una opción eficiente y atractiva, con locaciones variadas y cercanas, accesibilidad a través de sus rutas, con temperaturas moderadas, que permite filmar a contraestación del hemisferio norte, con una población cosmopolita para los castings, además con experimentados técnicos y equipamiento de última generación, por lo tanto la hora de rodaje resulta eficiente y los tiempos de producción se reducen.

Con más de treinta años de experiencia en los servicios de producción audiovisual, se han desarrollado empresas y profesionales especializados en el rodaje y la

⁴ Este apartado se basa en los siguientes documentos de Uruguay XXI: a) Servicios de Producción Audiovisual. Uruguay Audiovisual; b) Informe Sectorial. Industrias Creativas en Uruguay. Inteligencia competitiva. Marzo 2018

postproducción, como la edición, la finalización de la imagen y el color, los efectos especiales y el sonido.

En referencia a la infraestructura de las empresas existen estudios insonorizados y equipamiento de última generación para ofrecer sus servicios.

Otro punto a favor para esta industria que facilita su desarrollo, a nivel país es el liderazgo como ecosistema digital en Latinoamérica, con el primer lugar en penetración de Internet, adopción de TIC y porcentaje de compañías conectadas por fibra óptica.

Entonces la infraestructura digital de nuestro país se presenta como una ventaja para el acceso de los ciudadanos y para los potenciales creadores y/o productores de contenidos.

Por otra parte, se complementa con beneficios para atraer producciones internacionales, los servicios de producción para empresas extranjeras están exentos de IVA, y a través del Programa Uruguay Audiovisual pueden recibir un reintegro en efectivo (cash rebate) de hasta el 25% si contratan los servicios de una empresa local. Este Programa ha sido un estímulo para el arribo de producciones de películas y series, que se rodaron y post produjeron en nuestro país, para las plataformas Amazon, HBO, Netflix, entre otras.

En este sentido, en cuanto a la composición del sector, hay 180 empresas que llevan adelante actividades de producción y postproducción audiovisual, estos servicios de producción representan la mayor facturación del sector. Adicionalmente, de acuerdo al Informe de Uruguay XXI (2018), el sector es una fuente importante de empleo, ocupando más de 5300 trabajadores calificados.

Además entre 2008 y 2011 multiplicó por dos su facturación, pasó de U\$S 170 millones a U\$S 360 millones. El 75% de dicha facturación le correspondió a la televisión, el 16% a los servicios de producción, publicidad, animación y videojuegos, el 7% a la exhibición y distribución y el 2% restante a la producción de cine.

En lo que respecta a la exportaciones de los servicios audiovisuales, en 2020 superaron los U\$S 27 millones, en 2021 se triplicaron y superaron los U\$S 84 millones, siendo el principal destino Estados Unidos seguido por Argentina, México y España.

Por otro lado, en el sector audiovisual es interesante el tipo de instituciones vinculadas, tanto del sector público como del privado. Por un lado, la Agencia del

Cine y del Audiovisual del Uruguay (ACAU), que diseña las políticas públicas audiovisuales nacionales, el Instituto de Promoción de Inversiones, Exportaciones e Imagen País, Uruguay XXI. También algunas Intendencias departamentales tienen oficinas de apoyo al sector, como Montevideo Audiovisual dependiente del Departamento de Cultura, Canelones Audiovisual, la Oficina de Servicios Audiovisuales de Maldonado, la Oficina de locaciones audiovisuales de Colonia. Desde el sector empresarial y de los trabajadores, la Asociación de Productores y Realizadores de Cine - ASOPROD, la Cámara Empresarial de Productoras Publicitarias - CEPPU, el sindicato AUC-GREMIO CINE, y la Sociedad Uruguaya de Actores - SUA.

Completando este ecosistema virtuoso, en lo refiere a las propuestas educativas, en nuestro país existe una oferta variada para el sector audiovisual, respecto a la DGETP/UTU encontramos en la Educación Media Superior, actualmente en los Bachilleratos Tecnológicos (Plan 2023)⁵ la Orientación Medios Audiovisuales y Comunicación (Primer grado), la misma en el segundo grado se divide en dos Rutas formativas, y una es Medios Audiovisuales. En la Educación Terciaria, actualmente el Curso Técnico Audiovisual⁶, tiene dos perfiles de egreso, uno con mención en Producción, Dirección de Arte y Guión (Plan 2018) y otro con mención en Captura y Procesamiento de Imagen y Sonido (Plan 2012).

También en el ámbito público, en la Facultad de Artes de la Udelar, la Licenciatura en Lenguajes y Medios Audiovisuales, de cuatro años de duración, que se desarrolla en el CURE de Maldonado

En el sector privado a nivel universitario, también hay evidencia de oferta, como es la Licenciatura en Comunicación orientación Audiovisual y la Tecnicatura en Realización Audiovisual de la Universidad ORT, la Licenciatura en Ingeniería Audiovisual de la Universidad Católica del Uruguay, la Licenciatura en Cine y Televisión de la Universidad de Montevideo. Otras instituciones como la Escuela de Cine UCF de Uruguay, con la Carrera Realización Audiovisual, Diplomaturas en Arte y Cine documental y en Dirección de Fotografía ofrecen formación. Y la Animation Campus Escuela de Arte y Diseño brinda talleres de producción audiovisual y digital. Además la Escuela de Cine del Uruguay de Cinemateca Uruguaya ofrece la Carrera de Realización Cinematográfica, Diplomado en Realización Documental, y cursos y

⁵ ANEP. CODICEN. DGES. DGETP. Plan para la Educación Media Superior. 2023.

⁶ <https://planeamientoeducativo.utu.edu.uy/ctt-audiovisuales>

talleres diversos. El Instituto Bios, el curso de Animación y Producción Audiovisual. Y la Escuela de Cine Dodecá, la carrera de Realización Cinematográfica. Sumado a esto un acuerdo desde 2021 a través del BID con la New York Film Academy para la especialización de profesionales uruguayos.

Finalmente, como se mencionó anteriormente, en nuestro país, el sector audiovisual entre 2008 y 2011 multiplicó por dos su facturación y el 16% le correspondió a servicios de producción, publicidad, animación y videojuegos.

Un punto a favor que facilita su desarrollo en nuestro país, es la infraestructura digital que presenta como una ventaja para el acceso de los ciudadanos y para los potenciales creadores y/o productores de contenidos.

En este sentido, se destaca el éxito de la empresa uruguaya de videojuegos Ironhide Game Studio con el lanzamiento de Kingdom Rush, en las tiendas de aplicaciones de varios países.

También hay proyectos empresariales vinculados para las industrias creativas, como el proyecto de zona franca Punta del Este Studios, para que se puedan desarrollar entre otros los Videojuegos a través de IPTV.

En este contexto, a fines de 2016 surge la Cámara Uruguaya de Desarrolladores de Videojuegos (CAVI), a partir de la Mesa de Videojuegos, que es un ámbito interinstitucional que tiene como fin impulsar la actividad de la industria nacional de videojuegos.

Además Uruguay participa desde hace algunos años de la Game Developers Conference (GDC), uno de los eventos internacionales más importantes de la industria del videojuego, donde se muestra el ecosistema de desarrollo de los juegos y los desarrolladores exponen sus proyectos. También anualmente, se realiza la cumbre a nivel nacional de los desarrolladores de videojuegos, LEVEL UY, que es organizada por la CAVI, y patrocinada por Uruguay XXI, la Agencia del Cine y el Audiovisual del Uruguay (ACAU), Antel, la incubadora de empresas Ingenio del LATU, el Ministerio de Industria, Energía y Minería, y el Ministerio de Educación y Cultura. En la misma se puede participar de talleres, conferencias magistrales y conocer las oportunidades del desarrollo de los videojuegos en Uruguay. En el evento también se desarrolla un Concurso Nacional de Videojuegos.

En el marco de las propuestas curriculares de nuestra institución vinculadas al sector de los videojuegos encontramos algunos antecedentes. En la Educación Media Superior, actualmente en los Bachilleratos Tecnológicos (Plan 2023) se encuentra la Orientación Medios Audiovisuales y Comunicación (Primer grado), la misma en el segundo grado se divide en dos Rutas formativas, una es Medios Audiovisuales. Anteriormente había un Plan de Educación Media Tecnológica (Plan 2004, reformulación 2019) que ha sido discontinuado, que en la Orientación Informática de tercer año, presentaba como uno de sus énfasis la opción Videojuegos.

En el ámbito privado, también de cuatro años de duración, encontramos la Licenciatura en Animación y Videojuegos de la Universidad ORT, que al terminar el segundo año brinda un título intermedio Técnico/a en Animación. Y en el Instituto BIOS, el curso de Arte y Diseño de Videojuegos, de dos años de duración, el cual actualmente no tiene cursos iniciados.

Finalmente, y a modo de conclusión, la creación de este **Ecosistema de Industrias Creativas y Culturales** permitirá integrar, dentro de su ámbito, las trayectorias educativas vinculadas al sector audiovisual, incorporando en el presente diseño las carreras terciarias de Diseño de Videojuegos, Tecnólogo en Industria Audiovisual - Énfasis Diseño de imagen y sonido, Tecnólogo Industria Audiovisual - Énfasis Producción, Guión y Dirección de Arte, así como incorporar en futuros diseños curriculares dentro del ecosistema como Producción musical, Gestión cultural y museografía, Artes y artesanías, Diseño de modas, entre otras orientaciones que contribuyan a consolidar la formación en formatos flexibles y adaptables a los desafíos del sector socioproductivo. A continuación se desarrollan las formaciones que integran este ecosistema.

8. Referencias bibliográficas

- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1944). *Dialéctica de la Ilustración: Fragmentos filosóficos*. Editorial Trotta.
- Bolaño, C. (2013). *Industria cultural, información y capitalismo*. Editorial Gedisa.
- Duque, I., & Buitrago, F. (2013). *La economía naranja: Una oportunidad infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Garnham, N. (2011). “De las industrias culturales a las industrias creativas: un estudio crítico”. En Bolaño, C. et al. (Eds.), *Industrias culturales y creativas: enfoques para su comprensión* (pp. 23–48). Editorial Gedisa.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin Books.
- Sennett, R. (2008). *El artesano* (M. A. Galmarini, Trad.). Editorial Anagrama.
- UNESCO. (2010). *Políticas para la creatividad: guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. UNESCO Publishing.