

REVISTA INCLUSIONES

Revista de Humanidades y Ciencias Sociales

Volumen 7 . Número Especial

Enero / Marzo

2020

ISSN 0719-4706



UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE
TEMUCO

60
años
1959-2019



UNIVERSIDAD
METROPOLITANA

CUERPO DIRECTIVO

Directores

Dr. Juan Guillermo Mansilla Sepúlveda

Universidad Católica de Temuco, Chile

Dr. Francisco Ganga Contreras

Universidad de Los Lagos, Chile

Subdirectores

Mg © Carolina Cabezas Cáceres

Universidad de Las Américas, Chile

Dr. Andrea Mutolo

Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México

Editor

Drdo. Juan Guillermo Estay Sepúlveda

Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

Editor Científico

Dr. Luiz Alberto David Araujo

Pontificia Universidade Católica de Sao Paulo, Brasil

Editor Brasil

Drdo. Maicon Herverton Lino Ferreira da Silva

Universidade da Pernambuco, Brasil

Editor Ruropa del Este

Dr. Alekzandar Ivanov Katrandhiev

Universidad Suroeste "Neofit Rilski", Bulgaria

Cuerpo Asistente

Traductora: Inglés

Lic. Pauline Corthorn Escudero

Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

Traductora: Portugués

Lic. Elaine Cristina Pereira Menegón

Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

Portada

Lic. Graciela Pantigoso de Los Santos

Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

COMITÉ EDITORIAL

Dra. Carolina Aroca Toloza

Universidad de Chile, Chile

Dr. Jaime Bassa Mercado

Universidad de Valparaíso, Chile

Dra. Heloísa Bellotto

Universidad de Sao Paulo, Brasil

Dra. Nidia Burgos

Universidad Nacional del Sur, Argentina

Mg. María Eugenia Campos

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Francisco José Francisco Carrera

Universidad de Valladolid, España

Mg. Keri González

Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México

Dr. Pablo Guadarrama González

Universidad Central de Las Villas, Cuba

Mg. Amelia Herrera Lavanchy

Universidad de La Serena, Chile

Mg. Cecilia Jofré Muñoz

Universidad San Sebastián, Chile

Mg. Mario Lagomarsino Montoya

Universidad Adventista de Chile, Chile

Dr. Claudio Llanos Reyes

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile

Dr. Werner Mackenbach

Universidad de Potsdam, Alemania

Universidad de Costa Rica, Costa Rica

Mg. Rocío del Pilar Martínez Marín

Universidad de Santander, Colombia

Ph. D. Natalia Milanesio

Universidad de Houston, Estados Unidos

Dra. Patricia Virginia Moggia Münchmeyer

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile

Ph. D. Maritza Montero

Universidad Central de Venezuela, Venezuela

Dra. Eleonora Pencheva

Universidad Suroeste Neofit Rilski, Bulgaria

Dra. Rosa María Regueiro Ferreira

Universidad de La Coruña, España

Mg. David Ruete Zúñiga

Universidad Nacional Andrés Bello, Chile

Dr. Andrés Saavedra Barahona

Universidad San Clemente de Ojrid de Sofía, Bulgaria

Dr. Efraín Sánchez Cabra
Academia Colombiana de Historia, Colombia

Dra. Mirka Seitz
Universidad del Salvador, Argentina

Ph. D. Stefan Todorov Kapralov
South West University, Bulgaria

COMITÉ CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Comité Científico Internacional de Honor

Dr. Adolfo A. Abadía
Universidad ICESI, Colombia

Dr. Carlos Antonio Aguirre Rojas
Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Martino Contu
Universidad de Sassari, Italia

Dr. Luiz Alberto David Araujo
Pontificia Universidad Católica de Sao Paulo, Brasil

Dra. Patricia Brogna
Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Horacio Capel Sáez
Universidad de Barcelona, España

Dr. Javier Carreón Guillén
Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Lancelot Cowie
Universidad West Indies, Trinidad y Tobago

Dra. Isabel Cruz Ovalle de Amenabar
Universidad de Los Andes, Chile

Dr. Rodolfo Cruz Vadillo
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, México

Dr. Adolfo Omar Cueto
Universidad Nacional de Cuyo, Argentina

Dr. Miguel Ángel de Marco
Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dra. Emma de Ramón Acevedo
Universidad de Chile, Chile

Dr. Gerardo Echeita Sarrionandia
Universidad Autónoma de Madrid, España

Dr. Antonio Hermosa Andújar
Universidad de Sevilla, España

Dra. Patricia Galeana
Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dra. Manuela Garau
Centro Studi Sea, Italia

Dr. Carlo Ginzburg Ginzburg
Scuola Normale Superiore de Pisa, Italia
Universidad de California Los Ángeles, Estados Unidos

Dr. Francisco Luis Girardo Gutiérrez
Instituto Tecnológico Metropolitano, Colombia

José Manuel González Freire
Universidad de Colima, México

Dra. Antonia Heredia Herrera
Universidad Internacional de Andalucía, España

Dr. Eduardo Gomes Onofre
Universidade Estadual da Paraíba, Brasil

Dr. Miguel León-Portilla
Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Miguel Ángel Mateo Saura
Instituto de Estudios Albacetenses "Don Juan Manuel", España

Dr. Carlos Tulio da Silva Medeiros
Diálogos em MERCOSUR, Brasil

+ Dr. Álvaro Márquez-Fernández
Universidad del Zulia, Venezuela

Dr. Oscar Ortega Arango
Universidad Autónoma de Yucatán, México

Dr. Antonio-Carlos Pereira Menaut
Universidad Santiago de Compostela, España

Dr. José Sergio Puig Espinosa
Dilemas Contemporáneos, México

Dra. Francesca Randazzo
Universidad Nacional Autónoma de Honduras, Honduras

Dra. Yolando Ricardo

Universidad de La Habana, Cuba

Dr. Manuel Alves da Rocha

Universidade Católica de Angola Angola

Mg. Arnaldo Rodríguez Espinoza

Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica

Dr. Miguel Rojas Mix

*Coordinador la Cumbre de Rectores Universidades
Estatales América Latina y el Caribe*

Dr. Luis Alberto Romero

CONICET / Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dra. Maura de la Caridad Salabarría Roig

Dilemas Contemporáneos, México

Dr. Adalberto Santana Hernández

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Juan Antonio Seda

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dr. Saulo Cesar Paulino e Silva

Universidad de Sao Paulo, Brasil

Dr. Miguel Ángel Verdugo Alonso

Universidad de Salamanca, España

Dr. Josep Vives Rego

Universidad de Barcelona, España

Dr. Eugenio Raúl Zaffaroni

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dra. Blanca Estela Zardel Jacobo

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Comité Científico Internacional

Mg. Paola Aceituno

Universidad Tecnológica Metropolitana, Chile

Ph. D. María José Aguilar Idañez

Universidad Castilla-La Mancha, España

Dra. Elian Araujo

Universidad de Mackenzie, Brasil

Mg. Rumyana Atanasova Popova

Universidad Suroeste Neofit Rilski, Bulgaria

Dra. Ana Bénard da Costa

Instituto Universitario de Lisboa, Portugal

Centro de Estudos Africanos, Portugal

Dra. Alina Bestard Revilla

*Universidad de Ciencias de la Cultura Física y el
Deporte, Cuba*

Dra. Noemí Brenta

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Ph. D. Juan R. Coca

Universidad de Valladolid, España

Dr. Antonio Colomer Vialdel

Universidad Politécnica de Valencia, España

Dr. Christian Daniel Cwik

Universidad de Colonia, Alemania

Dr. Eric de Léséulec

INS HEA, Francia

Dr. Andrés Di Masso Tarditti

Universidad de Barcelona, España

Ph. D. Mauricio Dimant

Universidad Hebrea de Jerusalén, Israel

Dr. Jorge Enrique Elías Caro

Universidad de Magdalena, Colombia

Dra. Claudia Lorena Fonseca

Universidad Federal de Pelotas, Brasil

Dra. Ada Gallegos Ruiz Conejo

Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú

Dra. Carmen González y González de Mesa

Universidad de Oviedo, España

Ph. D. Valentin Kitanov

Universidad Suroeste Neofit Rilski, Bulgaria

Mg. Luis Oporto Ordóñez

Universidad Mayor San Andrés, Bolivia

Dr. Patricio Quiroga

Universidad de Valparaíso, Chile

Dr. Gino Ríos Patio

Universidad de San Martín de Porres, Perú

**REVISTA
INCLUSIONES**
REVISTA DE HUMANIDADES
Y CIENCIAS SOCIALES

Dr. Carlos Manuel Rodríguez Arrechavaleta
Universidad Iberoamericana Ciudad de México, México

Dra. Vivian Romeu
Universidad Iberoamericana Ciudad de México, México

Dra. María Laura Salinas
Universidad Nacional del Nordeste, Argentina

Dr. Stefano Santasilia
Universidad della Calabria, Italia

Mg. Silvia Laura Vargas López
Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México

**CUADERNOS DE SOFÍA
EDITORIAL**

Dra. Jaqueline Vassallo
Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Dr. Evandro Viera Ouriques
Universidad Federal de Río de Janeiro, Brasil

Dra. María Luisa Zagalaz Sánchez
Universidad de Jaén, España

Dra. Maja Zawierzeniec
Universidad Wszechnica Polska, Polonia

Editorial Cuadernos de Sofía
Santiago – Chile
Representante Legal
Juan Guillermo Estay Sepúlveda Editorial

Indización, Repositorios y Bases de Datos Académicas

Revista Inclusiones, se encuentra indizada en:





REX



UNIVERSITY OF SASKATCHEWAN



Universidad de Concepción



BIBLIOTECA UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN

**¿INNOVADORAMENTE CREATIVOS O CREATIVAMENTE INNOVADORES?
GERENCIA Y GESTIÓN CULTURAL EN TIEMPOS DE ECONOMÍA NARANJA**

**INNOVATIVE CREATIVES OR CREATIVELY INNOVATIVE?
MANAGEMENT AND CULTURAL MANAGEMENT IN ORANGE ECONOMY TIMES**

Mg. William Puche Barraza

Investigadora Independiente, Colombia

ORCID: 0000-0003-4335-985X

liampuche@interoceanicastudios.com

Fecha de Recepción: 22 de noviembre de 2019 – **Fecha Revisión:** 30 de diciembre de 2019

Fecha de Aceptación: 22 de febrero de 2020 – **Fecha de Publicación:** 01 de abril de 2020

Resumen

Este artículo explica en primera instancia cómo el concepto cultura ha ido evolucionando –desde su primera definición en el siglo XVII hasta nuestros días– dificultando un significado preciso que sea aceptado en diferentes ámbitos académicos. Este acercamiento etimológico cobra relevancia para el profesional administrativo de la cultura (gestor, gerente, empresario o emprendedor) dado que –de acuerdo al término con que se vincule la noción de *cultura*– se orientará el enfoque ideológico y ético de los proyectos, procesos o producciones que se pongan en marcha. Dado que la cultura es un derecho fundamental en la construcción de ciudadanía y cohesión social, se analiza –en segunda instancia– la participación del Estado, las instituciones privadas y la sociedad civil en la generación de contextos y condiciones que permitan satisfacer las necesidades y expectativas culturales de la población. En un tercer momento se elabora una diferenciación caracterizada entre los cargos administrativos “*gestor*” y “*gerente*” a partir de los procesos que cada uno de éstos lidera en la organización o institución cultural a la que pertenece. A continuación, se explica qué son las Industrias Culturales y Creativas -ICC, y cómo éstas- a través de la producción de contenidos–, contribuyen al fortalecimiento de la identidad colectiva y generan valor económico en un país. Seguido a esto, se realiza un contraste –en términos de producción intelectual– entre derechos patrimoniales y patrimonio cultural como motores creativos e innovadores de las ICC. Para finalizar, se realiza un diagnóstico sobre las características de las ICC en Colombia: cómo operan, en qué condiciones; cuáles son los perfiles de quienes las dirigen y qué retos y desafíos encuentran en su quehacer diario.

Palabras Claves

Cultura – Desarrollo y emprendimiento – Gestión cultural – Gerencia cultural – Estudios culturales

Abstract

In the first instance this article explains how culture’s concept has evolved –from its first definition in the 17th century to the present day– making it difficult to be accepted in different academic fields. This etymological approach becomes relevant to the cultural professionals administrative (manager, director, entrepreneur or entrepreneur) because –according with *culture’s* notion linked– the ideological and ethical approach will be oriented projects, processes or productions that are launched. Since culture is a fundamental right in the construction of citizenship and social cohesion, the participation of the State, private institutions and civil society in the generation of contexts and conditions that allows satisfy the cultural needs and expectations of the population. In

¿Innovadoramente creativos o creativamente innovadores? gerencia y gestión cultural en tiempos de economía naranja pág. 86

a third moment a characterized differentiation is developed between the administrative positions "manager" and "director" from the processes that each of them leads in the organization or cultural institution to which it belongs. The following explains what the Cultural and Creative Industries (CCI) are, and how this business sector is –through the content production– contributing to the strengthening of collective identity and generating economic value in the country. Following this, a contrast is made –in terms of intellectual production – between heritage rights and cultural heritage as creative and innovative engines of CCI. Finally, a diagnosis is made on the characteristics of CCI in Colombia: how they operate, under what conditions; what are the profiles of those who run them and what challenges and challenges they encounter in their daily work.

Keywords

Culture – Development and entrepreneurship – Cultural management – Cultural studies

Para Citar este Artículo:

Puche Barraza, William. ¿Innovadoramente creativos o creativamente innovadores? gerencia y gestión cultural en tiempos de economía naranja. Revista Inclusiones Vol: 7 num Especial Abril-Junio (2020): 85-109.

Licencia Creative Commons Attribution Non-Comercial 3.0 Unported
(CC BY-NC 3.0)
Licencia Internacional



Para gustos los colores: etimología de la cultura

A pesar de las similitudes y cercanías, existen diversas definiciones en la literatura académica que sitúan el término *cultura* desde diferentes perspectivas históricas y científicas. La discusión pareciera distanciarse de un posible consenso y las interpretaciones afloran tomando posturas concretas. ¿Qué significa *cultura*? ¿Cuáles han sido las nociones formuladas alrededor de este concepto? Un análisis de la definición a través de una línea de tiempo podrá ayudarnos a dimensionar la complejidad y extensión del término.

Hablar de *cultura* en los albores del siglo XXI –según la RAE– es reconocer el «conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc»¹. Esta definición precisa la variable cronológica *época*; identificando un contexto específico que interpelará a ciertas lógicas y modos de pensar de un *grupo social* determinado. Por esta razón es entendible el análisis de Juan Luis Mejía Arango cuando afirma que «la reflexión sobre cultura necesita siempre una perspectiva de tiempo»²

El significado descrito por la RAE se asemeja al referido en la *Conferencia Mundial sobre políticas culturales* realizada en Ciudad de México (1982)

“La cultura puede considerarse actualmente como un conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”³.

De acuerdo con el profesor Germán Rey Beltrán, esta descripción de *cultura* «ya se ha convertido en una concepción básica y de consenso»⁴ a pesar de su continua evolución etimológica. Sin embargo, esta acepción no siempre ha tenido este significado. En términos históricos, Jesús Pietro de Pedro, explica que la palabra *cultura* evolucionó de un concepto asociado a lo agrícola (propio del siglo XVII), a una noción iluminista durante el “Siglo de las Luces” (s. XVIII). Pietro de Pedro, citado por Maccari y Montiel, sostiene que esta palabra

“Proviene de la voz latina *colere*, inicialmente sólo designó (...) la acción de cultivar la tierra; pero el uso metafórico (cultivar el espíritu) penetra con tal fuerza que (...) para permanecer en el diccionario (aquel primer sentido), ha debido servirse de la muleta de una voz compuesta (agricultura), prueba evidente de su derrota semántica”⁵.

¹ RAE, Diccionario de la lengua española, s. v. “cultura”, acceso el 9 de octubre de 2019, <https://dle.rae.es/?id=BetrEjX>

² Juan Luis Mejía Arango, *La cultura: encrucijada entre las industrias, la tecnología y el desarrollo*, en *Diagnóstico cultural de Colombia. Hacia la construcción del Índice Cultural* (Bogotá: Ministerio de Cultura de Colombia, 2013), 97

³ UNESCO, *Declaración de México sobre políticas culturales*, página 1, acceso el 17 de octubre de 2019, https://culturalrights.net/descargas/drets_culturals400.pdf

⁴ Germán Rey Beltrán, *Industrias Culturales, Creatividad y Desarrollo* (Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional para el desarrollo, 2009), 15

⁵ Bruno Maccari y Pablo Montiel, *Gestión cultural para el desarrollo: nociones, políticas y experiencias en América Latina* (Buenos Aires: Ariel, 2012), 25-26

Es a partir de mediados del siglo XIX que, con la aparición de las ciencias sociales, fundamentadas en la observación y la experimentación; el estudio de campo, los trabajos etnográficos y la sistematización de los conocimientos, el antiguo *enfoque universalista* de la cultura –propio del siglo XVIII–, empieza a ser contrastado académicamente por nuevas posturas ampliando así el espectro de los estudios investigativos. Es la antropología, entendida como «el estudio de la construcción humana del mundo, una conciencia de la creatividad, de la individualidad, de la socialidad, y de la historicidad de esa construcción

El estudio de la especie humana en su totalidad social»⁶, quien empieza a consolidar una concepción alternativa de cultura.

Ya en el siglo XX, desde la visión de los estudios culturales, uno de sus principales referentes, el teórico cultural y sociólogo, Stuart Hall, toma abiertamente partido al resistir la inclusión del término *costumbres* en el significado de *cultura*. Peter Wade, editor del texto «*Los Estudios culturales serán la muerte de la antropología*», sostiene que Hall, al definir el significado de cultura

“Concuerda con Raymond Williams al describirla como “aquellos patrones de organización, aquellas formas características de la energía humana que pueden ser descubiertas como revelándose a sí mismas... dentro o en la base de todas las prácticas sociales” (...) Sin embargo, Hall rechaza de manera explícita el concepto de cultura como “la suma descriptiva de los ‘hábitos y costumbres’ de las sociedades”, la cual atribuye a ‘ciertos tipos’ de antropología”⁷.

Sobre el rol del término ‘costumbre’ en las continuidades históricas, el historiador, Eric Hobsbawm, en su texto «*La invención de la tradición*», define que ésta en las sociedades tradiciones «no descarta la innovación y el cambio en un momento determinado (...) la «costumbre» no puede alcanzar la invariabilidad, porque incluso en las sociedades «tradicionales» la vida no es así»⁸. Partiendo de las visiones de Hall y Hobsbawm, dado que las costumbres son volubles e inciertas, la definición de *cultura* no podría limitarse exclusivamente al recuento descriptivo de éstas; ya que el resultado final (meritorio para avivar la continuidad histórica mediante la documentación investigativa) arrojaría un registro humano con características y lógicas propias de un momento – estático en el tiempo– que podría no responder a la definición evolutiva del concepto en sí mismo posteriormente. En palabras de la profesora María Ángeles Querol

“Las manifestaciones culturales tienen como norma y característica el cambio continuo. (...) La única manera de «proteger» estos bienes sin cuerpo es documentándolos, estudiando cómo son, cómo se manifiestan... y cómo cambian. Lo que hay que «conservar» es esa documentación. En muchos casos será la única forma de que las generaciones futuras sepan que existieron y cómo eran”⁹.

⁶ Nigel Rapport, “En contra de la moción (I)” en *Los estudios culturales serán la muerte de la antropología*, ed. por Peter Wade (Popayán: Editorial Universidad del Cauca, 2011), 41

⁷ Peter Wade, Introducción» en *Los estudios culturales serán la muerte de la antropología*, ed. por Peter Wade (Popayán: Editorial Universidad del Cauca, 2011), 15

⁸ Eric Hobsbawm y Terence Ranger, “Introducción: la invención de la tradición” en *La invención de la tradición*, ed. de Eric Hobsbawm y Terence Ranger (Barcelona: Crítica, 2012), 8–9.

⁹ María Ángeles Querol, *Manual de gestión del patrimonio cultural* (Madrid: Ediciones Akal, 2010), 247.

Este anterior disenso, asociado al significado del término ‘costumbre’, es un buen ejemplo para comprender las opuestas acepciones de cultura que existen desde el campo de los estudios culturales, la antropología y sus corrientes. Sobre estas miradas y posiciones, Jaime Ruiz Gutiérrez, citando a Mary Jo Hatch, explica que

Bajo una visión “moderna” se intenta mirar la cultura como un producto concreto y objetivo (...) en cualquiera de sus posibles dimensiones. Este extremo conduce a una visión simplista y estática de la cultura (...) En el otro extremo se encuentra una visión holística, totalizadora y envolvente de la cultura donde todo es cultura (...) Es lo que podría denominarse el extremo “simbólico- interpretativista”¹⁰.

Sin duda, este breve esbozo histórico permite evidenciar a grandes rasgos las múltiples miradas y definiciones –muchas veces encontradas– que abarca el concepto ‘cultura’ en la literatura académica. Este análisis etimológico es importante naturalizarlo desde la mirada del administrador cultural (gestor, gerente, empresario o emprendedor) considerando que cada versión de lo cultural adoptado como punto de partida «impactará finalmente en el abordaje operativo (...) de la gestión cultural»¹¹. Como se explicó en el resumen de este artículo, de acuerdo al término con que se vincule la noción de *cultura* se orientará el enfoque ideológico y ético de los proyectos, procesos o producciones que se pongan en marcha.

Un término de múltiples interpretaciones que evoluciona en el tiempo

En este orden de ideas, ¿*todo es cultura?* ¿*No todo es cultura?* ¿Cuál es la pregunta correcta? En estos tiempos posmodernos apelar a la clásica división de alta cultura y cultura popular es –para muchos académicos– una muestra de «elitismo anticuado, de cierto conservadurismo y de preferencia por las formas hegemónicas de la cultura»¹².

Sobre el anterior cuestionamiento, el periodista y crítico, Antonio Caballero, es sarcásticamente brillante cuando responde que «todo es creación cultural, lo bueno y lo malo, el arte y la basura, incluyendo esa modalidad contemporánea que es el arte como basura»¹³.

Esta postura no busca degradar o restarle mérito artístico a las creaciones humanas; es reconocer el valor y esfuerzo intelectual en éstas (*libre de miradas excluyentes o elitistas*), aunque la percepción de gusto o agrado sea finalmente una respuesta subjetiva del consumidor cultural. En palabras de Daniel J. Levitin «lo que a una persona le parece ruido a otra le parece música y viceversa.

Por decirlo de otra forma, lo que para unos es Mozart para otros es Madonna; lo que para unos es Prince, para otros es Purcell, Parton o Parker»¹⁴.

¹⁰ Jaime Ruiz Gutiérrez, *Gestión y cultura: relación en tres actos* (Bogotá: Ediciones Uniandes, 2009), 11.

¹¹ Bruno Maccari y Pablo Montieal, *Gestión cultural para el desarrollo...*

¹² David Throsby, *Economía y cultura* (Ciudad de México: Ediciones Akal, 2008), 164.

¹³ Antonio Caballero, “La cultura de mercado”, *Revista Arcadia*, num 161 (2019): 15.

¹⁴ Daniel J. Levitin, *El cerebro musical – Seis canciones que explican la evolución humana* (Barcelona: RBA Libros, 2014), 10.

Pareciera que hablar de *cultura* estará definido de acuerdo con las múltiples interpretaciones que se sostienen desde las ciencias sociales, los campos de estudios interdisciplinarios y la vida misma. Si la cultura –en palabras de Hall– se encuentra en las “*prácticas sociales*” de las comunidades, y entendiendo que éstas últimas son cambiantes con el paso del tiempo, podemos afirmar que la cultura es un concepto mutante, dinámico y adaptable que debe descifrarse –no sólo desde las lógicas del pasado sino también desde las nuevas ideas–. Es decir, dilucidar los contextos semióticos donde ésta se sitúa para reconocer las diferencias culturales de nuestros pueblos y así aproximarnos a una verdadera integración social en esta «era de las diásporas»¹⁵.

Ilustraré la idea anterior con dos (2) ejemplos:

a) En los tiempos del Virreinato de Nueva Granada [1717–1822], el sector urbano y las construcciones arquitectónicas –presentes en el actual centro histórico de Cartagena de Indias o Santa Cruz de Mompox en Colombia– correspondían a la fisionomía, lógicas, características y valores distintivos/representativos de la época. Es decir, en aquel entonces dichas construcciones no eran catalogadas como Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad para los neogranadinos, como sí lo son en la actualidad para la UNESCO o para el pueblo colombiano.

b) La acción de leer es la misma desde que aprendimos a codificar y descodificar este complejo sistema de comunicación. Lo que ha evolucionado es el modo de lectura que hemos adaptado desde los soportes manuscritos, impresos o digitales.

Como explica el antropólogo, Clifford Geertz «la cultura es (una trama de significados tejida por el hombre, un documento activo, que debemos interpretar mediante la explicación) (...) de significaciones»¹⁶. En otras palabras, el desafío es descifrar significados culturales que continuamente están cambiando de acuerdo con el contexto *in situ*.

Diferentes sectores: misma visión hacia lo ‘cultural’

El paso del tiempo permite la continua evolución del significado ‘cultura’. Desde una visión democrática, ésta debe ser de fácil acceso a la sociedad para su práctica, apropiación y disfrute. Lo anterior nos da a entender que existen –y deben existir– figuras que promuevan, fomenten, gestionen y produzcan manifestaciones, expresiones y prácticas colectivas a través de productos culturales que redunden «necesariamente en el progreso general de la sociedad, teniendo como principios prioritarios el de servir como instrumento fundamental para la redistribución social y para el equilibrio territorial»¹⁷.

Desde la organización política de un país –es decir, en el ámbito de lo público– «el primer gestor cultural debe ser el Estado»¹⁸, a través de la formulación, coordinación, ejecución y vigilancia de políticas culturales. En otras palabras, el Estado es el primer garante de satisfacer las necesidades y expectativas culturales de la población a través

¹⁵ Zygmunt Bauman, *La cultura en el mundo de la modernidad líquida* (México, D.F: Fondo de Cultura Económica, 2013), 35.

¹⁶ Clifford Geertz, *La interpretación de las culturas* (Barcelona: Editorial Gedisa, 2003), 20

¹⁷ Jaime Ruiz Gutiérrez, *Gestión y cultura: relación en tres actos...* 4.

¹⁸ Julieta Ramírez Mejía, “Una fundación conceptual para la gestión cultural”, en *Aproximaciones a la gerencia humanista. Desde la Transversalidad de lo global, lo corporativo y lo comunitario*, ed. de Carlos Largacha Martínez (Bogotá: Edición Universidad EAN, 2010), 284.

del cumplimiento de los Derechos Culturales estipulados en la Carta Magna de cada país. En el caso colombiano, el Artículo 2 de la *Constitución Política de 1991* define como un fin esencial del Estado «facilitar la participación de todos en (...) la vida cultural de la Nación»¹⁹. Considerada como un «bien colectivo», la cultura es vista como «aquel tipo de bien o dinámica que genera externalidades sociales necesarias para el desarrollo humano»²⁰. De ahí surge la perspectiva de entender la cultura como una inversión que produce capital social y bienestar en vez de un simple gasto público. Como bien exponen en sus obras Martha C. Nussbaum y Amartya Sen, ¿qué medidas está promoviendo cada Estado para fomentar un contexto y condiciones necesarias en la creación de capacidades en sus ciudadanos? No es radical la conclusión de concebir la cultura como un proyecto de Estado y no de temporalidades gubernamentales.

Teniendo en cuenta la importancia del Estado en la formación de la identidad y socialización nacional, la reflexión de diversos teóricos culturales sobre la cuidadosa relación existente entre éste y el campo académico de la Historia –como veedores rigurosos que determinan la validez del pasado dentro de los cánones oficiales– toma vital importancia. Como plantea Eric Hobsbawm «el peligro principal del Estado, en las sociedades liberales (...) consiste en que intente interferir con la búsqueda de la verdad histórica por parte del poder o la ley»²¹. En ese orden de ideas, incorporar concepciones alternativas del pasado se convierte en un principio de oportunidad que la sociedad civil debe aprovechar para redefinir la identidad nacional mediante el reconocimiento de las diferencias culturales y la libertad de expresión.

Es por ello por lo que, a partir del criterio del sector privado, la sociedad civil –ya sea mediante las llamadas industrias culturales, creativas o del entretenimiento–, además de contribuir a la creación, producción y distribución de bienes/servicios de consumo cultural, también ejerce roles de participación política para demandar condiciones favorables en su quehacer profesional ante el Estado. Esta fuerza de pulso e intereses –entre el sector público y privado– genera en muchos casos proyectos de leyes que fortalecen el sector cultural. Las llamadas *Ley Naranja (Ley 1834 de 2017)* o *Ley de Espectáculos de 2011* son algunos ejemplos que desde el poder legislativo se han aprobado en Colombia.

En este sentido, lo cultural –además de enmarcarse en políticas públicas– se articula con la apertura de mercados internacionales (globalización cultural), las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC) y las dinámicas económicas de un país (PIB). En palabras de Eduardo Restrepo «la gestión cultural supone una gubernamentalización (en el sentido de Foucault) del mundo y de la vida, una modalidad de gobierno de los otros y de sí mismos en nombre de la cultura o de lo cultural»²². Lo *cultural* –para el sector público y privado–, además de observarse desde una perspectiva cohesionadora del tejido social, es entendida como un factor con «alto potencial de contribuir al crecimiento económico»²³ del país.

¹⁹ Constitución Política de Colombia de 1991 (Barranquilla: Editorial Costa Caribe, 2016), 2.

²⁰ Gonzalo Castellanos V, *Patrimonio Cultural: Integración y desarrollo en América Latina* (Bogotá, Fondo de Cultura Económica, 2010), 58.

²¹ Eric Hobsbawm, *Un tiempo de rupturas. Sociedad y cultura en el siglo XX* (Madrid: Editorial Planeta, 2013), 149.

²² Eduardo Restrepo, *Antropología y estudios culturales: disputas y confluencias desde la periferia* (Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2012), 165.

²³ Julieta Ramírez Mejía, “Aproximación conceptual a los estudios de la cultura y a la gestión cultural”, *Revista EAN*, num 60 (2007): 11.

Gestión cultural

Según la RAE, la palabra *gestar* se define como «preparar o desarrollar algo, especialmente un sentimiento, una idea o una tendencia individual o colectiva»²⁴ A partir de lo anterior, se podría afirmar que el gestor, al ser quien concibe una idea y le encuentra justificación, será quien generará «las condiciones para que (ésta) se dé (a partir de) la maximización de los resultados y la integridad de (sus) acciones»²⁵. Pareciera que para ‘causar’ o ‘producir’ el efecto deseado de determinada idea, actitudes como *emprendedor, liderazgo, creativo o innovador* fueran intrínsecas en el perfil del ‘gestor’. En el ámbito cultural, estas «cualidades», tan comunes y promovidas por diversos sectores en estos días, son en realidad resultado de profundas reflexiones referenciadas por varios investigadores de las ciencias sociales, cuyos orígenes datan desde los años 80 cuando se empieza a ver la necesidad de capacitar administradores de cultura (...) se quieren indudablemente elementos de gestión y administración (...) Allí empieza la necesidad de capacitar gente y sobre todo, gente capaz de hacer esa unión entre planeación y cultura a partir de los modelos de los Planes de Desarrollo²⁶.

Se concibe la necesidad de contar con profesionales en el sector público y privado con la responsabilidad de administrar, generar y evaluar procesos culturales –no sólo en términos presupuestales–, también con repercusiones e indicadores sociales. Gestores que dimensionen el ámbito de la cultura como «un dispositivo que contribuye a producir la realidad»²⁷; que genere transformación social. Martha Isabel Tovar, citando a Sergio Abello, define el perfil del gestor cultural como aquel que:

“Engloba al administrador y al gerente, pero además tiene tareas como por ejemplo la de gestar proyectos y llevarlos con éxito a su desarrollo. Todo esto (...) siendo el resultado del análisis y conocimiento de la contextualidad en la cual se va a actuar y a la que se quiere llegar”²⁸.

Es decir: *saber hacer en contexto*. Entender el entorno y la realidad del grupo social que se busca beneficiar a través de diversas acciones culturales sucesivas en el tiempo. En ese orden de ideas, cobra vital relevancia *investigar los modos de consumo cultural de los públicos* a los cuales el gestor está dirigiendo sus proyectos e intervenciones. En palabras de Fernando Vicario Leal, el gestor cultural es aquel profesional con la suficiente lucidez para

“Saber por qué (realiza un concierto) en el teatro o por qué en la calle (...) (Es aquel) quién nos haga una «curaduría» eficaz que nos permita entrar en los nuevos modos de expresión del siglo XXI, o en los modos de contar la historia y entender el patrimonio con carácter inclusivo y no excluyente”²⁹.

²⁴ RAE, Diccionario de la lengua española, s. v. “gestar”, acceso el 9 de octubre de 2019, <https://dle.rae.es/?id=J40Yv4a>

²⁵ Julieta Ramírez Mejía, Una fundamentación conceptual para la gestión cultural... 284.

²⁶ Juan Luis Mejía Arango en «Teoría Cultura» en Gestión Cultural, ed. de Fabio Rincón Cardona (Manizales: Editorial Artes Gráficas, 1998), 51

²⁷ Víctor Vich, Desculturalizar la cultura: La gestión cultural como forma de acción política (Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2014), 84.

²⁸ Martha Isabel Tovar, Gerenciar y gestionar lo cultural. Tarea inaplazable (Bogotá: Edición Revista EAN, 2007), 34.

²⁹ Fernando Vicario Leal, Trazos para los nuevos mapas de la cultura (Bogotá: Icono Editorial, 2016), 90–91.

Gerencia cultural

La pulsión de realizar y ejecutar –llámese una idea, proyecto o emprendimiento– crea la necesidad de conformar un equipo de trabajo integrado por perfiles interdisciplinarios que potencialicen y complementen creativamente los alcances de este. Este contexto organizacional, además de generar interrelaciones personales y asociatividad, conlleva a la delegación de tareas, responsabilidades y compromisos en el conjunto de personas, alineado con un cronograma estipulado por logros y objetivos que se esperan cumplir. Es a partir de este punto en el que la “organización” –por más informal o formal que sea en términos legales–, empieza a demandar lógicas de ordenamiento empresarial y roles administrativos que responden hacia la focalización de un modelo de negocio autosostenible y rentable en el mercado. En palabras del economista Bernardo Jaramillo

“Los temas de calidad de la oferta, de los intérpretes y de las locaciones, de oportunidad de la llegada al mercado, del público objetivo, de las innovaciones técnicas, del “benchmarking”, si se quiere, tienen que estar en la agenda de creadores y productores locales. Esa es una primera forma de empezar a enfrentar los problemas del financiamiento: con un proyecto creativo, estructurado profesionalmente y con los cánones que exige el mercado moderno”³⁰.

Esta organización cultural –que se está concibiendo– requiere ‘gestionarse’ por una figura que dirija y vele por los objetivos trazados. En ese sentido, el emprendedor o gestor cultural se encuentra ante un nuevo desafío: *asumir la responsabilidad de encaminar las operaciones productivas del proyecto; además de orientar las funciones del equipo de trabajo*. Este punto es decisivo: reconocer la importancia de incorporar habilidades y capacidades propias de un gerente en su quehacer profesional. Se trata de dirigir una empresa cultural –y todo lo que esto conlleva–, sumado al desarrollo creativo de productos y servicios que generen sostenibilidad financiera de largo plazo.

Por definición un gerente cultural es quien entiende que «los negocios de naturaleza artística crean primero un producto y luego intentan encontrar la clientela adecuada (o audiencia apropiada para dicha creación)»³¹; es aquel que ‘gestiona’ carismáticamente a su equipo de trabajo, –supervisando los avances y fechas proyectadas en el plan de acción–, mientras ejecuta estrategias de mercadeo, comercializa los bienes/servicios culturales que desarrolla y logra esquemas sostenibles de ingresos frente a sus costos de operación. Es quien decide si el objetivo último de su enfoque empresarial es más artístico que financiero (aunque persiga utilidades y sostenibilidad).

En otras palabras, se podría considerar que la *gerencia cultural impacta hacia los procesos internos de la empresa* (estructura organizacional, recursos humanos, finanzas, mercadeo) mientras que la *gestión cultural impacta hacia los procesos externos de la misma* (investigación de públicos, creación de audiencias, transformación social).

³⁰ Bernardo Jaramillo en «Hablemos de plata o de la enfermedad financiera de las artes» en Arte y Parte: Manual de emprendimiento para el arte e industrias creativas, ed. de Ministerio de Cultura, Cámara de Comercio de Bogotá y British Council (Bogotá: Editorial Panamericana, 2006), 155.

³¹ François Colbert y Manuel Cuadrado, Marketing de las artes y la cultura (Barcelona: Editorial Ariel, 2017), 25.

¿Cultura económica o economía cultural?

En la *Cumbre Economía Naranja*, celebrada el 9 y 10 de septiembre de 2019 en Medellín (Colombia), escuché decir al presidente Iván Duque Márquez que actualmente las Industrias Culturales y Creativas –ICC contribuyen un 3,3% al producto interno bruto –PIB del país; y que al finalizar su gobierno (2022) este indicador se incrementaría a un 6%.

Hablar de cultura en términos comerciales ante un creador artístico –ya sea desde la perspectiva que vincula las actividades culturales en un ecosistema capitalista; o que muchas creaciones artísticas son concebidas obedeciendo las lógicas de competitividad en el mercado– es un tema sensible que sin duda generará molestias en más de uno (en especial, para aquellos puristas). Es entendible: la respuesta romántica, y políticamente correcta, para un creador es «*la cultura no se vende*». Sin embargo, esta lógica muchas veces se desajusta del radicalismo cuando un comprador, programador o agente comercial interesado ante una demanda cultural pregunta: *¿cuánto vale tu show? ¿Cuál es el precio de tu obra? ¿Qué valor tiene tu performance?*

En ocasiones, hablar de «*industria*» en el sector cultural, se convierte en una sentencia peyorativa –por parte de algunos creadores artísticos– quienes consideran dicho término como un «tergiversador» económico de los ideales estéticos o críticas sociales plasmadas en una obra–; en vez de identificar en aquellos procesos educativos, alternativas formales de cualificación laboral, innovación empresarial o nuevos modelos de negocios. Como afirma Vicario Leal

Suele ser habitual calificar de «vendidos» a quienes adaptan su producto a los gustos de los consumidores. Hay mucha reticencia (para tratar de entender) las razones de los consumidores (...) con el objeto de (...) llegar a ellos con mayor facilidad (...) (Comprender) los cambios en las formas de acercarnos a quienes queremos que sean nuestros «beneficiarios»³².

Establecer en términos económicos el quehacer artístico para un creador se torna una reflexión trascendental que esclarece la duda de muchos en sus inicios laborales: «*¿puedo percibir ingresos económicos por la profesión artística que estudié? ¿Cuánto puedo cobrar por mi trabajo?*». A fin de cuenta los oficios de la cultura y el arte son actividades económicas iguales a las ejercidas por un médico, un abogado, un mecánico o plomero. A pesar de que cada una de éstas se incorpora en un sector de la economía (con sus respectivas dinámicas y lógicas), todas responden a lo mismo: producción y consumo de bienes y servicios mediante el intercambio de determinado valor financiero. Y es importante realizar la siguiente aclaración: «*la cultura no se vende*»; lo que se «vende» son expresiones, manifestaciones o representaciones culturales a través de bienes o servicios.

Industrias Culturales y Creativas

En 1947 los filósofos de la *Escuela de Frankfurt*, Max Horkheimer y Theodor W. Adorno, acuñaron el término «industria cultural», en su texto *Dialéctica de la Ilustración*, como una «desesperada acusación contra la mercantilización inherente a la cultura de masas. Consideraban que la cultura estaba siendo transformada por la tecnología y la

³² Fernando Vicario Leal, Trazos para los nuevos mapas de la cultura... 34.

ideología del capitalismo monopólico; para ellos, la interpretación económica de los procesos culturales era expresión de desastre»³³. Este primer concepto, que alertaba sobre los peligros de los nuevos modos de reproducción y comercialización de la cultura, luego de articularse con una noción de “desarrollo” –que en primera instancia interpretaba a la cultura como un bloqueo al desarrollo y posteriormente como una finalidad de este–, evolucionó a un término plural (culturales) e incorporó el adjetivo “creativas”, hasta transformarse en la actual definición que señala el *Banco Iberoamericano de Desarrollo* – BID. Para este último, las Industrias Culturales y Creativas –ICC son un Grupo de actividades a través de las cuales las ideas se transforman en bienes y servicios culturales y creativos, cuyo valor está o podría estar protegido por derechos de propiedad intelectual (DPI) (...) La economía creativa incluye actividades relacionadas a tres conceptos principales:

- (i) las actividades tradicionales y artísticas,
- (ii) la industria creativa y (iii) las actividades que brindan apoyo creativo a las industrias tradicionales³⁴.

Detallando y ampliando la anterior definición las, ICC abarcan:

- (i) Actividades tradicionales y artísticas: música, danza, cine, teatro, literatura, artes visuales, artes escénicas, artesanías, cerámica, ópera, pintura, gastronomía, patrimonio, turismo.
- (ii) Industria creativa: editorial, fonográfica, audiovisuales, artes digitales, multimedia, videojuegos, software, moda, joyería, juguetes, publicidad, diseño, fotografía, medios de comunicación, contenidos digitales, arquitectura.
- (iii) Apoyo creativo: diseño de producto, diseño de empaque, marketing.

Propiedad Intelectual y Patrimonio Cultural: piedras angulares de las ICC

Sobre la anterior definición propuesta por el BID sobre las ICC, me gustaría profundizar sobre el papel que juega el derecho de propiedad intelectual (DPI) en estos nuevos modelos de negocios y por qué muchos lo consideran la columna vertebral de las ICC. ¿Qué significa *propiedad intelectual*? Según Juan Pablo Canaval Palacios podemos definirla como

“(El) dominio que recae sobre cosas inmateriales o incorpóreas, tales como las ideas o pensamientos productos del intelecto, imaginación, genialidad o talento de las personas

(...) La propiedad intelectual comprende dos divisiones o categorías conforme al campo donde se origine la creación: los derechos de autor y la propiedad industrial”³⁵.

³³ David Throsby, *Economía y cultura*... 35.

³⁴ José Miguel Benavente y Mateo Grazi, *Políticas públicas para la creatividad y la innovación: impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe* (Banco Iberoamericano de Desarrollo, 2017), 9.

³⁵ Juan Pablo Canaval Palacios, *Manual de propiedad intelectual* (Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, 2008), 29–30.

Esta definición encierra desde patentes de invención, marcas y diseños industriales; hasta películas, fotografías, novelas y música, entre otros. En otras palabras, se puede considerar que la propiedad intelectual es la protección legal sobre toda creación del talento o del ingenio humano en el ámbito científico, literario, artístico, industrial o comercial. Al ser susceptible de derechos, la propiedad intelectual permite «al creador, o al titular de una patente, marca o derecho de autor, gozar de los beneficios que derivan de su obra o la inversión realizada en relación con una creación»³⁶. Grosso modo: cobrar o exigir remuneración económica por el uso o explotación comercial de una creación que esté bajo su titularidad.

Este reconocimiento lucrativo, enmarcado en el proteccionismo legal, es para muchos organismos jurídicos un estímulo que fomenta y promueve el surgimiento de nuevas ideas, obras y creaciones en los ámbitos culturales y tecnológicos de una sociedad. Es a partir de lo anterior que procesos mentales asociados a la creatividad e innovación entran a formar parte de la vida social (siendo éstos vistos como catalizadores de desarrollo económico y de bienestar). ¿Qué significan las nociones de creatividad e innovación? Los profesores Banet-Weiser y Castells definen

“*Creatividad* como la capacidad de crear, es decir, de producir un nuevo conocimiento o significado. La novedad no debe ser considerada desde el punto de vista del sujeto (p. ej., lo que es nuevo para mí) sino en relación con el conjunto de productos científicos y culturales existentes en una sociedad dada. *Innovación* es el proceso por el cual, sobre la base de la creatividad, se añade nuevo valor a un producto (bien o servicio) o al proceso de producción o distribución de un producto. El valor puede ser valor de cambio (p. ej., dinero) o valor de uso (algo útil para la sociedad, para algunas instituciones, para alguna organización, para el individuo o para un colectivo de individuos)”³⁷.

Romper paradigmas. Aspirar al cambio y poner resistencia ante lo convencional. La cultura en sí misma trae consigo la característica innata de fomentar procesos creativos e innovadores en las construcciones sociales. Tal y como afirma García Canclini

Se nos dice que la actual transformación está sustentada en la inteligencia, el conocimiento y la creatividad (...) Los actores más innovadores son los que están rediseñando las maneras de trabajar, difundir sus productos y consumir. La creatividad como recurso decisivo para lograr ventajas competitivas (...) Se observa una interacción constante entre creatividad tecnológica, económica, artística y cultural (...) Se habla entonces de una “clase creativa” o una “economía creativa”³⁸.

³⁶ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual –OMPI, “¿Qué es la Propiedad Intelectual?”, Publicación num 450(S): 3. Tomado de la Web en https://books.google.com.co/books?id=5SKO2nUoZ2UC&printsec=frontcover&dq=propiedad+intelectual&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj-k4_ZmbHIAhVt1IkKHSWxBEcQ6AEIPDAD#v=onepage&q=propiedad%20intelectual&f=false (Consultado el 22 de octubre de 2019).

³⁷ Sarah Banet-Weiser y Manuel Castells en «La economía es cultura» en Otra economía es posible. Cultura y economía en tiempos de crisis, ed. de Manuel Castells (Madrid: Alianza Editorial, 2017), 35.

³⁸ Néstor García Canclini en «Introducción. Creatividad y jóvenes: prácticas emergentes» en Cultura y desarrollo: una visión distinta desde los jóvenes, coords. por Néstor García Canclini y Martiza Urteaga (Buenos Aires: Paidós, 2012), 30.

Sin embargo, a pesar de las oportunidades y beneficios económicos que generan las ICC en nuestras sociedades, es importante ampliar este enfoque hacia una perspectiva dirigida al desarrollo humano en términos de inclusión social, fortalecimiento de las identidades, participación ciudadana, transformación de poblaciones vulneradas y en conflicto, entre otros. Aunque las ICC se fundamenten en la explotación comercial de una obra protegida en el marco legal de la propiedad intelectual, lo cierto es que éstas no pueden existir sin el patrimonio cultural. Este último, entendido como «el conjunto de bienes muebles, inmuebles e inmateriales que hemos heredado del pasado y que hemos decidido que merece la pena proteger como parte de nuestras señas de identidad social e histórica»³⁹, es el resultado intelectual de la obra humana. Recordemos que la cultura es un hecho colectivo de dominio público y las ICC –como medios que difunden valores culturales de interés individual y colectivo– contribuyen a elaborar signos de la identidad nacional. Tal como expone Rey Beltrán

“Las industrias creativas son patrimoniales y participan de la construcción de la memoria cultural de la sociedad. Promover las industrias creativas es, entonces, estimular la conservación y proyección de la memoria de una sociedad. Por ello, además de las industrias culturales, se deben impulsar los espacios de producción creativa sin interés comercial, que quieren de otras comprensiones, contextos y políticas (...) Ni todo lo cultural tiene el interés, la vocación o las posibilidades de convertirse en industrial, ni todo lo cultural existe en la perspectiva de la comercialización y la pervivencia en el entorno de los mercados”³⁹.

En esta sociedad global y digital, caracterizada por transmitir una continua ilusión óptica en la cual pareciera «que la historia se acelera (...) cada día, (porque) llegan a nuestro conocimiento nuevos acontecimientos»⁴⁰ –parafraseando al antropólogo Marc Augé–, debemos reconocer la gran diferencia latente entre derechos patrimoniales y patrimonio cultural, aunque –como se ha podido demostrar– ambas gocen del mismo origen: la generación de ideas concebidas en la inspiración humana⁴¹.

Industrias Culturales y Creativas –ICC en Colombia

Partiendo del hecho que las ICC se justifican a partir de la propiedad intelectual y del patrimonio cultural, es importante rastrear algunos antecedentes en el ámbito político de Colombia para comprender en qué momentos históricos estas nociones empiezan a cobrar relevancia en el país. Sobre propiedad intelectual el abogado, Guillermo Zea Fernández, explica que

“En Colombia este reconocimiento se inicia en forma Constitucional desde el año 1811. Aunque la Constitución de tal año se refería sólo a las obras científicas, ya la de 1858 consagró la propiedad artística, como lo hicieron en igual forma las de 1863 y 1886. En 1886, con la Ley 32, se hizo un reconocimiento expreso del derecho intelectual en nuestro país. Pero fue en 1946 con la Ley 86, el momento en el cual Colombia legisló sobre la materia integralmente (...) Adoptó Colombia (...) la concepción jurídica definida en la jurisprudencia de otorgarle a los derechos de autor la característica de ser especiales o *sui géneris* (...) Estamos ahora bajo el

³⁹ María Ángeles Querol, Manual de gestión del patrimonio cultural... 11.

⁴⁰ Germán Rey Beltrán, «El sabor de las naranjas (o la preocupación por que resulten agrias)», Revista Arcadia, num 161 (2019): 16–17.

⁴¹ Marc Augé, Tiempo en ruinas (Barcelona: Editorial Gedisa, 2003), 59–60.

imperio de la Ley 23 de 1982 sobre derechos de autor, legislación que consagra modernas protecciones al uso de las obras”⁴².

Sí bien es cierto que a partir de 1923 la Sociedad de Mejoras Públicas de Cartagena tenía estipulado en su reglamento interno la misión de «conservación de las murallas y fuertes de mar y tierra y demás monumentos nacionales, haciendo con ellas las obras de restauración que se consideren indispensables para devolverles el sello de su origen colonial»⁴³, en el ámbito nacional se implementaron los acuerdos convenidos en la Convención de La Haya de 1954. Este tratado internacional resolvió adoptar todas las disposiciones posibles para proteger y conservar los bienes culturales en caso de un posible conflicto armado a nivel mundial. Es a partir de ese momento que se reconoce la importancia del patrimonio cultural como un aporte de los pueblos a la contribución de la cultura mundial. Cristóbal Gnecco señala cómo a partir de la década de 1980 –en términos globales– se empieza a hablar sobre «reconocimiento» en las nuevas construcciones sociales. «Reconocer» –entendido como “admitir o aceptar algo como legítimo”⁴⁴– la existencia de diversas formas de vida, procesos culturales y estructuras de pensamiento. Esto produce una transición entre una política de la dignidad igualitaria (propia de las sociedades nacionales modernas) hacia una política del reconocimiento. Citando a Charles Taylor, Gnecco explica que

Con la política de la dignidad igualitaria lo que se establece pretende ser universalmente lo mismo, una “canasta” idéntica de derechos inmunidades; con la política de la diferencia lo que pedimos que sea reconocido es la identidad única de este individuo o de este grupo, el hecho de que es distinto de todos los demás⁴⁵.

Para Gnecco, la visión de Taylor no se logra (ni se ha logrado) cumplir a cabalidad en la actualidad, ya que en muchos escenarios se ‘reconoce’ la existencia de la ‘diferencia’ pero no se reconoce el valor de ésta; produciendo así desigualdades sociales insoportables vistas como «diversidades deseables». Zygmunt Bauman reflexiona sobre cómo la pobreza ha sido disfrazada con el encanto estético de la “diversidad cultural” para justificar condiciones de vida inequitativas a partir de un supuesto ‘respeto’ por los valores culturales de una comunidad. ¿La desigualdad humana es una elección de estilo de vida? ¿No debería el «reconocimiento» direccionar las formas deseadas de la condición humana? Tal y como afirma Bauman «cualquier lucha por el reconocimiento está condenada al fracaso si no se basa en la redistribución»⁴⁶.

En este contexto histórico –hacia principios de 1990– en Colombia se empezaron a demandar ciertas transformaciones en la estructura legislativa del país desde diferentes sectores de la sociedad civil. Este proceso llevó a la convocatoria de

⁴² Guillermo Zea Fernández, *Derechos de autor y Derechos conexos* (Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2009), 25.

⁴³ Elisabeth Cunin y Christian Rinaudo, “Las murallas de Cartagena entre patrimonio, turismo y desarrollo urbano. El papel de la Sociedad de Mejoras Públicas”, *Memorias Revista Digital de Historia y Arqueología desde el Caribe*, num 2 (2005): 10.

⁴⁴ RAE, *Diccionario de la lengua española*, s. v. reconocer”, acceso el 9 de octubre de 2019, <https://dle.rae.es/?id=VUKtSkp>

⁴⁵ Cristóbal Gnecco en «El patrimonio en tiempos multiculturales» en *El patrimonio cultural en tiempos globales*, ed. de Javier Tobar, Alberto Zarate y José Luis Grosso (Popayán: Universidad del Cauca, 2018), 31.

⁴⁶ Zygmunt Bauman, *La cultura en el mundo de la modernidad líquida* (México, D.F: Fondo de Cultura Económica, 2013), 44.

una Asamblea Nacional Constituyente –ANC y posteriormente a la promulgación de la *Constitución Política de 1991*. Esta nueva Carta Magna, además de ampliar los derechos y libertades, buscó fortalecer la democracia mediante estrategias de participación y directa de los ciudadanos en la política. Para muchos analistas históricos, otro de los principales avances en materia de bienestar social y mejoramiento de la calidad de vida de la población, fue el «reconocimiento» de la condición pluriétnica y diversidad cultural de Colombia (Artículo 7). Citando al profesor Ricardo Arias Trujillo

La nueva constitución reconoció y valorizó la pluralidad de la nación colombiana, al destacar y defender su diversidad social, étnica, religiosa, política, etc. (...) la ANC consideró que el derecho a la diferencia también era fundamental, pues el respeto al «otro», es decir la tolerancia, se consideró un principio básico para una convivencia armoniosa (...) De ahí la importancia –inédita en la historia del país– que se les concedió a las «minorías» (...) En nombre de la diversidad cultural, los indígenas gozan de una amplia autonomía política, fiscal, jurídica y cultural (...) Desde 1886, el catolicismo estuvo rodeado de todo tipo de privilegios y ejerció una influencia decisiva en la sociedad colombiana (...) la Constitución de 1991 puso fin a esa situación (...) y le dio paso a un Estado laico⁴⁷.

Para muchos críticos e intelectuales, este reconocimiento a la ‘diferencia’ contribuyó a la reconfiguración identitaria del país mediante el uso de narrativas que apelaban a estéticas e imaginarios regionales. Los medios nacionales de comunicación representaban –y acercaban– la complejidad cultural de Colombia a nuevos públicos y audiencias que en muchas ocasiones, desconocían las periferias de su propio país. Dentro del sector de las ICC en aquel momento

Sobresalen dos campos que fueron particularmente sensibles a esta exigencia y que ofrecieron, cada uno a su manera, propuestas de representación y de recreación simbólica del país: los seriados de televisión y la música popular (...) La producción televisiva nacional (...) pasó de las adaptaciones de obras literarias de las décadas del sesenta y setenta, a producciones basadas en historias originales de corte regional en las décadas siguientes (...) (Para) la música popular (...) los años noventa significaron para Colombia la renovación y fortalecimiento de un proceso que había empezado en los años cincuenta, cuando a través de la obra de Edmundo Arias, Lucho Bermúdez y Pacho Galán, entre otros, se exploraban las músicas caribeñas como nuevos referentes para el desarrollo de una música nacional que se alejaba de la tradición andina de pasillos y bambucos⁴⁸.

Pareciera entonces que hablar de lo ‘regional’, entendido como aquellas singularidades culturales –inherentes a las identidades locales–, se convierte en un insumo diferenciador al momento de concebir propuestas únicas de valor en términos culturales y creativos. El «reconocimiento» de la diversidad cultural no sólo para garantizar el derecho de cada sociedad para dignificarse a través de su patrimonio cultural, también como plataforma de reflexión para generar estrategias de desarrollo y emprendimiento que contrarresten las desigualdades sociales. Tal y como explica el sociólogo François Dubet «¿De qué sirve repetir sin cesar que la historia de (Colombia)

⁴⁷ Ricardo Arias Trujillo en *Del Frente Nacional a nuestros días* en *Historia de Colombia - Todo lo que hay que saber* (Bogotá: Debolsillo, 2018), 355–356.

⁴⁸ Manuel Sevilla [et. al], *Travesías por la tierra del olvido: modernidad y colombianidad en la música de Carlos Vives y la Provincia* (Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana, 2014), 24.

está enriquecida por su diversidad, si no somos capaces de enseñar la historia de esa diversidad y mostrar que la historia de (Colombia) también es la de (América) y la de una gran parte del mundo?»⁴⁹.

En ese orden de ideas, hablamos de identificar raíces históricas y tradicionales – como recursos culturales– para producir nuevos relatos de identidad. Ésta última entendida como «la manera en que somos reconocidos y luego llegan a tomar el lugar de los reconocimientos que otros nos dan. Sin los demás no hay un yo, no existe el auto-reconocimiento»⁵⁰. Construcciones de desarrollo humano a partir de las preguntas: ¿cómo innovamos la tradición para preservarla? ¿Cómo salvaguardamos el patrimonio cultural a través de las posibilidades creativas de las TIC? ¿Cómo expandimos los universos narrativos de nuestra herencia cultural mediante las lógicas de los nativos digitales? ¿Cómo enseñamos la diversidad de Colombia en contextos creativos e innovadores? En palabras del profesor Héctor Ariel Olmos «en un mundo donde cada vez más las identidades cobran protagonismo, toda acción de desarrollo que no las considere está condenada al fracaso»⁵¹.

Características de las ICC en Colombia

A modo de introducción, y en términos generales; El artista desempeña un papel decisivo en cualquier organización cultural. En este sentido, todo producto de naturaleza cultural se forja gracias a la especializada mano de obra que el artista proporciona (...) Obviamente, sin artistas no existirían las organizaciones culturales (...) Todas las organizaciones del sector cultural presentan dos características: por un lado, conceden al artista un importante papel y por el otro, gestionan el producto procedente de un acto creativo⁵².

Sobre las ICC en Colombia, el profesor Eduardo Wills expresa que

Generalizando, puede decirse que la mayoría son pequeñas, se rigen por la informalidad y no siempre logran generar lazos de confianza a su interior (...) Sobreviven o fallecen según la valoración del producto que haga la audiencia o público (...) La mayoría de organizaciones, una vez realizada la obra o la función, desaparecen⁵³.

Sí bien es cierto que esta modalidad temporal de prestación de servicios crea equipos de trabajos perecederos, en muchas ocasiones éstos se tornan repitentes y constantes siendo convocados en la realización del siguiente proyecto que se desea desplegar. Esto garantiza –a grandes rasgos– la conservación de la curva de experiencia adquirida grupalmente. Sin embargo, esta fórmula se aproximará con mayor seguridad a la meta sí coincide la disponibilidad de horarios de todo el equipo de trabajo. Los tiempos del *freelance* o la adquisición de una vacante laboral de tiempo completo por parte de un

⁴⁹ François Dubet, Lo que nos une: Cómo vivir juntos a partir de un reconocimiento positivo de la diferencia (Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2017), 118.

⁵⁰ Stuart Hall, Sin garantías. Trayectorias y problemáticas en estudios culturales (Popayán: Editorial del Cauca, 2014), 451.

⁵¹ Héctor Ariel Olmos, Gestión cultural y desarrollo: claves del desarrollo (Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, 2008), 9.

⁵² François Colbert y Manuel Cuadrado, Marketing de las artes y la cultura, 16–17.

⁵³ Eduardo Wills en «Artistas e Industrias Creativas y su Organización» en Arte y Parte: Manual de emprendimiento para el arte e industrias, ed. Ministerio de Cultura, Cámara de Comercio de Bogotá y British Council (Bogotá, Panamericana Formas e Impresos, 2006), 31–33.

miembro, son variables que un emprendedor no puede controlar, pero debe saber cómo gestionar estratégicamente.

Ruiz Gutiérrez resalta la figura magnética del gestor o emprendedor de la idea o proyecto como punto de atracción motivacional en el intuitivo contexto organizacional generado para llevar a cabo las metas y objetivos del plan de trabajo

Es común encontrarse que estas organizaciones dependan generalmente del compromiso carismático de una persona, la fuerza de su personalidad y de un medio impregnado de improvisaciones, inestabilidad y liderazgo autoritario o personalizado⁵⁴.

Frente a esta lectura sobre el sector cultural en Colombia, el British Council –en alianza con la consultora Lado B– publicaron un informe sobre las deficiencias y escasez de capacidades sectoriales en Colombia en 2016. Titulado «*Investigación sobre capacidades en el sector cultural*», este documento evidenció tres (3) tipos principales de vacíos en el sector cultural. Entre ellas, se encuentran: i). Distancia entre la educación superior y las necesidades del sector cultural, ii). Las necesidades relacionadas con la gerencia cultural y iii). Necesidades técnicas para el sector cultural. Entre sus conclusiones más relevantes se encuentra la falta de consolidación de un modelo de negocio y estudio de mercado aplicado para los emprendimientos o empresas culturales en el sector. Sobre los hallazgos relacionados con gerencia cultural, el informe sostiene que:

“Los empresarios culturales no tienen una visión de sostenibilidad financiera de largo plazo (...) con una oferta diversificada y continua, que satisfaga necesidades de mercado y que logren esquemas sostenibles de ingresos frente a sus costos de operación (...) pocas personas de las encargadas en el sector cultural tienen formación específica requerida para tales posiciones”⁵⁵.

Complementando lo anterior

(Las ICC) operan en mercados subjetivos y volátiles, donde el mayor objetivo no es repartir dividendos, sino que busca que prevalezca la creatividad y la innovación y, en general, lograr institucionalizar su proyecto u organización. Esta incertidumbre de mercado, la falta de trayectoria de carrera formalizada, de modelos estadísticos de desarrollo de negocios y de programas de entrenamiento hacen del riesgo un factor central y característico de esta industria y de sus empresarios⁵⁶. La lectura del profesor Germán Rey sobre las ICC en Colombia es heterogénea y requiere de análisis minuciosos para entender –casi de manera personalizada– las dinámicas variables de cada una de éstas. Según Rey Beltrán las ICC, son asimétricas, concentradas y frágiles. Asimétricas tanto por sus distintos desarrollos históricos como por el relativo avance de sus políticas, las diferencias en la consolidación de sus infraestructuras empresariales, las posibilidades de distribución y la distinta incidencia en sus audiencias⁵⁷.

⁵⁴ Jaime Ruiz Gutiérrez. Gestión y cultura: relación en tres actos... 9.

⁵⁵ British Council y Lado B, Investigaciones sobre capacidades en el sector cultural – Examinando las deficiencias y escasez de capacidades sectoriales en Colombia (2016), 10–11.

⁵⁶ Jaime Ruiz Gutiérrez, en «Organizaciones artísticas y culturales» en Organizaciones culturales y creativas: gerencia e implicaciones prácticas, ed. de Ana Lucía Recaman Mejía y Jaime Alberto Ruiz Gutiérrez (Bogotá: Ediciones Uniandes, 2019) 52.

⁵⁷ Germán Rey Beltrán, El sabor de las naranjas (o la preocupación por que resulten agrias), 16–17.

Para Rey Beltrán la concentración de las ICC en unas pocas ciudades del país representa una preocupación. De acuerdo con sus cifras “entre 2010 y 2016, la participación promedio del campo cultural de (Bogotá) frente al campo cultural de otras zonas del país fue de 55,6%”. Actualmente «el 92% de las industrias creativas están concentradas en (Bogotá) (...) y según cifras de la Alcaldía Mayor, este sector deja \$4 billones anuales»⁵⁸, además de aportar un «8% del Producto Interno Bruto»⁵⁹ a la capital de país. Sin embargo, pese a esta centralización activa del sector –que en términos de oferta y demanda podrían ser considerados un indicador de crecimiento–, el estudio *Caracterización de Industrias Culturales y Creativas de Bogotá*, publicado en 2016 por la Cámara de Comercio de Bogotá y la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, evidencia el desconocimiento por parte de los emprendedores y empresarios culturales de la propiedad intelectual como generador redituable y como derecho de protección a los mismos creadores artísticos

Una de las características que predomina en el sector es la falta de conocimiento en el proceso de registro y protección de marcas, contenidos y obras producidas. El balance

muestra que solo el 30,5% de las empresas de industrias creativas ha registrado su marca y de este total el 20% no considera que existan ingresos por estas. El tema del registro representa un inconveniente para el flujo de la economía naranja ya que además del desconocimiento de procesos, el 22% de las personas con este tipo de empresas consideran que la tasa de pago por la protección de sus activos y marcas es elevado y prefieren no hacerlo, e igualmente también predomina el desinterés por llevar a cabo estos procedimientos⁶⁰.

¿Economía Naranja?

Inspirados en el libro «*The Creative Economy: How people make money from ideas*» de John Howkins (2001), el actual presidente de Colombia, Iván Duque Márquez (2018–2022), en compañía del viceministro de la creatividad y la Economía Naranja de turno, Felipe Buitrago Restrepo, visionaron un concepto que articulaba la cultura, la creatividad y la innovación como engranajes de crecimiento, desarrollo y generación de valor económico; el cual fue socializado en el libro «*La Economía Naranja: una oportunidad infinita*» (2013). El término *Economía Naranja* –o Economía Creativa– no es otra cosa que una categorización para agrupar a las Industrias Culturales y Creativas –ICC.

Siendo senador, Duque Márquez presentó y defendió la denominada *Ley Naranja* en el Congreso (Ley 1834 de 2017); la cual –como era de esperarse– se convirtió en una política de Estado en su Plan Nacional de Desarrollo –PND una vez fue

⁵⁸ “Economía naranja: ¿sí hay futuro?”, Revista Dinero, 27 de mayo de 2019, acceso el 23 de octubre de 2019, <https://www.dinero.com/edicion-impres/pais/articulo/como-impulsar-las-industrias-creativas/272499>

⁵⁹ “La industria cultural aporta el 8% del PIB de Bogotá”, Universidad EAN, 16 de abril de 2018, acceso el 23 de octubre de 2019, <https://universidadean.edu.co/noticias/la-industria-cultural-aporta-el-8-del-pib-de-bogota>

⁶⁰ “Así van las empresas de la economía naranja”, Revista Dinero, 26 de julio de 2019, acceso el 23 de octubre de 2019, <https://www.dinero.com/empresas/articulo/como-estan-la-economia-naranja/274871>

posicionado como presidente de Colombia en 2018. Transcurrido su primer año de gobierno, y a pesar de las críticas y escepticismos provenientes desde diferentes sectores, Vicario Leal resalta algunos logros y resultados obtenidos actualmente que merecen señalarse:

La creación del Consejo Nacional de Economía Naranja (CNEN) (...) Este órgano (...) (decretó) el pasado 12 de septiembre (de 2019) (...) un paquete de incentivos tributarios para la creatividad y la cultura (...) La ampliación de la Ley de Filmación hasta 2032, la entrada en marcha de obras por impuestos en las Áreas de Desarrollo Naranja (ADN) o la deducción de un 165 por ciento para las inversiones y donaciones realizadas en proyectos realizados con la economía naranja (...) La exención por más de siete años a las nuevas empresas creadas en torno a las industrias creativas y culturales⁶¹.

Las semillas de la Economía Naranja han sido sembradas y el Gobierno colombiano está tomando las medidas necesarias para cuidar las huertas y los arados. Confiamos en que el pH de esta tierra permita el desarrollo de raíces sólidas; y posterior germinación de “árboles de naranjos” robustos que fortalezcan el desarrollo humano y económico del pueblo colombiano. Al igual que en la agricultura, la cultura también requiere paciencia; habrá que esperar la estación de cosechas para recolectar los frutos sembrados y así, degustar sí tienen el sabor deseado.

Conclusiones

La caracterización de las ICC –o Economía Naranja– en Colombia, de acuerdo con el diagnóstico construido mediante el contraste de fuentes bibliográficas consultadas, evidencia definiciones como “*informales*”, “*sin visión de sostenibilidad financiera*”, “*empresarios carentes de trayectorias de carreras formalizadas*”, “*sin conocimiento sobre registro y protección de marcas, contenidos y obras producidas*”, entre otras representaciones similares. No obstante, a pesar de este panorama preliminar, no deja de sorprender cómo este sector –según cifras oficiales del DANE o la Cámara de Comercio de Bogotá– representa el 3,3% del PIB en el país.

Lo anterior sólo vislumbra cada vez más la necesidad de generar procesos de cualificación y profesionalización en mayores intensidades y niveles en los empresarios culturales y creativos (emergentes y posicionados) que hacen parte de estos ecosistemas laborales.

Como se pudo evidenciar, las piedras angulares de las ICC o Economía Naranja son la *propiedad intelectual* y el *patrimonio cultural*. Estos dos (2) escenarios de estudio son una oportunidad para generar procesos educativos de formación académica: no sólo desde una mirada comercial de la cultura; también desde una perspectiva humanista de la misma. Ya que navegamos en las lógicas de la creatividad y la innovación, la apuesta por el diseño de nuevas formas de aprendizaje y opciones de cualificación laboral –que interpelen a las lógicas actuales– se hacen más que necesarias.

⁶¹ Fernando Vicario Leal, “Una oportunidad de oro”, Revista Arcadia, num 167 (2019): 35

Si bien la cultura es un derecho fundamental que debe garantizarse –en términos de acceso, práctica y disfrute– a los diversos sectores poblacionales del país, desde lo público y lo privado, este concepto se articula cada vez más con narrativas discursivas como “desarrollo”, “economía”, “industria”, “rentabilidad”, “autosostenibilidad”, entre otros.

Es tarea inaplazable del gestor o gerente cultural comprender las múltiples visiones y significados que encierra la palabra *cultura* para decidir autónomamente –y con fundamentos– qué tipo de versión de lo cultural tomará como punto de partida y cómo esta elección afectará el abordaje operativo de su quehacer profesional. Recordemos que la *gerencia cultural impacta hacia los procesos internos de la empresa* (estructura organizacional, recursos humanos, finanzas, mercadeo) y la *gestión cultural impacta hacia los procesos externos de la misma* (investigación de públicos, creación de audiencias, transformación social).

Es fácil desconocer a Colombia. Por esa razón se recomienda identificar aquellas singularidades culturales –inherentes a las identidades locales de cada territorio en el país–, para construir proyectos, propuestas o emprendimientos culturales y creativos articulados con las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías de la información (TIC).

Referencias

Alarcón, Diego. “La Batalla por la memoria”, *Revista Arcadia*, num 171 (2020): 12–17.

Arias Trujillo, Ricardo. “Del Frente Nacional a nuestros días” en *Historia de Colombia – Todo lo que hay que saber*. Bogotá: Debolsillo. 2018.

Ariel Olmos, Héctor. *Gestión cultural y desarrollo: claves del desarrollo*. Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo. 2008.

Auge, Marc. *Tiempo en ruinas*. Barcelona: Editorial Gedisa. 2003.

Banet-Weiser, Sarah y Manuel Castells. “La economía es cultura” en *Otra economía es posible. Cultura y economía en tiempos de crisis*. Madrid: Alianza Editorial. 2017.

Bauman, Zygmunt. *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*. México: Fondo de Cultura Económica. 2013.

Benavente, José Miguel y Mateo Grazzi. *Políticas públicas para la creatividad y la innovación: impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe*. Banco Iberoamericano de Desarrollo. 2017.

Bonet I Agustí, Lluís. “Contexto, criterios y necesidades de formación del gestor cultural” en *Formación en Gestión Cultural*, editores Víctor Guédez y Carmen Menéndez. Bogotá: Editora Guadalupe. 1994.

British Council y Lado B, “Investigación sobre capacidades en el sector cultural – Examinando las deficiencias y escasez de capacidades sectoriales en Colombia”. 2016.

Buitrago Felipe e Iván Duque. La Economía Naranja: una oportunidad infinita. Banco Iberoamericano de Desarrollo. 2013.

Caballero, Antonio. “La cultura de mercado”. Revista Arcadia, num 161 (2019).

Canaval Palacios, Juan Pablo. Manual de propiedad intelectual. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario. 2008.

Castellanos V, Gonzalo. Patrimonio Cultural: Integración y desarrollo en América Latina. Bogotá: Fondo de Cultura Económica. 2010.

Colbert, François y Manuel Cuadrado. Marketing de las artes y la cultura. Barcelona: Editorial Ariel. 2017.

Constitución Política de Colombia de 1991. Barranquilla: Editorial Costa Caribe. 2016.

Cunin, Elisabeth y Christian Rinaudo. “Las murallas de Cartagena entre patrimonio, turismo y desarrollo urbano. El papel de la Sociedad de Mejoras Públicas”. Memorias Revista Digital de Historia y Arqueología desde el Caribe, Año 2 num 2 (2005): 1-20.

De Roux, Francisco. «El desafío de la verdad», Revista Arcadia, Especial Buscar la Verdad – Comisión de la Verdad (2018): 3.

Dubet, François. Lo que nos une: Cómo vivir juntos a partir de un reconocimiento positivo de la diferencia. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores. 2017.

García Canclini, Néstor. “Creatividad y jóvenes: prácticas emergentes” en Cultura y desarrollo: una visión distinta desde los jóvenes, coordinadores Néstor García Canclini y Maritza Urteaga. Buenos Aires: Paidós. 2012.

García Canclini, Néstor. “El consumo cultural: una propuesta teórica” en El consumo cultural en América Latina, coordinador Guillermo Sunkel. Bogotá: Convenio Andrés Bello. 1999.

Geertz, Clifford. La interpretación de las culturas. Barcelona: Editorial Gedisa. 2003.

Gnecco, Cristóbal. “El patrimonio en tiempos multiculturales” en El patrimonio cultural en tiempos globales, compilado por José Luis Grosso, Javier Tobar y Alberto Zarate. Popayán: Universidad del Cauca. 2018.

Guber, Rosana. La etnografía: método, campo y reflexividad. México, D.F: Siglo XXI Editores. 2015.

Hall, Stuart. Sin garantías. Trayectorias y problemáticas en estudios culturales. Popayán: Editorial Universidad del Cauca. 2014.

Hobsbawm, Eric. “La invención de la tradición” en La invención de la tradición. Barcelona: Crítica. 2012.

Hobsbawm, Eric. Un tiempo de rupturas. Sociedad y cultura en el siglo XX. Madrid: Editorial Planeta. 2013.

Holguín, Catalina. “La utilidad de la cultura”. Revista Arcadia, num 168 (2019): 11–12.

Jaramillo H, Bernardo. “Hablemos de plata o de la enfermedad financiera de las artes” en Arte y Parte: Manual de emprendimiento para el arte e industrias creativas. Bogotá: Ministerio de Cultura de Colombia. 2006.

Jiménez Santofimio, Camilo. “Estamos asumiendo un compromiso sin precedentes”. Revista Arcadia, num 163 (2019): 36–39.

Levitin, Daniel J. El cerebro musical – Seis canciones que explican la evolución humana. Barcelona: RBA Libros. 2014.

Lipovetsky, Gilles. Los tiempos hipermodernos. Barcelona: Editorial Anagrama. 2006.

Maccari, Bruno y Pablo Montieal. Gestión cultural para el desarrollo: nociones, políticas y experiencias en América Latina. Buenos Aires: Ariel. 2012.

Malinowski, Bronislaw. Una teoría científica de la cultura. Madrid: Altamira. 1984.

Martinell Sempere, Alfons. “Cultura y desarrollo: Reflexión sobre las nuevas funciones de las políticas culturales territoriales” en La gestión cultural en 3D: Debates, Desafíos y Disyuntivas, coordinador Mauricio Rojas Alcayaga. Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica Chile. 2015. 33–47.

Mejía Arango, Juan Luis. “Economía y cultura: entre la realidad y los sueños” en Economía y cultura: la tercera cara de la moneda. Bogotá: Convenio Andrés Bello. 2001

Mejía Arango, Juan Luis. “La cultura: encrucijada entre las industrias, la tecnología y el desarrollo” en Diagnóstico cultural de Colombia. Hacia la construcción del Índice Cultural. Bogotá: Ministerio de Cultura de Colombia. 2013.

Mejía Arango, Juan Luis. “Teoría Cultura” en Gestión Cultural, editado por Fabio Rincón Cardona. Manizales: Editorial Artes Gráficas. 1998.

Melo, Jorge Orlando. “Un relato hueco y “veintejuliero””. Revista Arcadia, num 165 (2019).

Melo, Jorge Orlando. “El arduo camino de la verdad”. Revista Arcadia – Especial Buscar la Verdad (2018): 5–6.

OMPI, Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. “¿Qué es la Propiedad Intelectual?”, Publicación num 450(S): 3.

Páramo Izquierdo, Andrés. “El ‘emprendedurismo’ le da glamur a la precariedad”. Revista Arcadia, num 168 (2019): 22–23.

Pérez, Ruby Marcela. “Cultura y desarrollo para crear”. Revista Arcadia, num 168 (2019): 16–17.

Querol, María Ángeles. Manual de gestión del patrimonio cultural. Madrid: Ediciones Akal. 2010.

Ramírez Mejía, Julieta. “Aproximación conceptual a los estudios de la cultura y a la gestión cultural”. Revista EAN, num 60 (2007): 5–25.

Ramírez Mejía, Julieta. “Una fundamentación conceptual para la gestión cultural” en Aproximaciones a la gerencia humanista: desde la transversalidad de lo global, lo corporativo y lo comunitario, compilado por Carlos Largacha Martínez. Bogotá: Universidad EAN (2010): 279–296.

Restrepo, Eduardo. Antropología y estudios culturales: disputas y confluencias desde la periferia. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores. 2012.

Rey Beltrán, Germán. “El sabor de las naranjas (o la preocupación por que resulten agrías)”, Revista Arcadia, num 161 (2019): 16–17.

Rey Beltrán, Germán. Industrias Culturales, Creatividad y Desarrollo. Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional para el desarrollo. 2009.

Rapport, Nigel. “En contra de la moción (I)” en Los estudios culturales serán la muerte de la antropología. Popayán: Editorial Universidad del Cauca. 2011.

Rojas Alcaayaga, Mauricio. “Gestión Cultural. ¿Una herramienta de mercado o un mercado de herramientas?” en La gestión cultural en 3D: Debates, Desafíos y Disyuntivas, coordinado por Mauricio Rojas Alcaayaga. Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica Chile (2015): 13–30.

Ruiz Gutiérrez, Jaime. Gestión y cultura: relación en tres actos. Bogotá: Ediciones Uniandes. 2009.

Ruiz Gutiérrez, Jaime. “Organizaciones artísticas y culturales en Organizaciones culturales y creativas: gerencia e implicaciones prácticas, compilado por Ana María Recaman Mejía y Jaime Alberto Ruiz Gutiérrez. Bogotá: Ediciones Uniandes. 2019.

Sevilla, Manuel, Juan Sebastián Ochoa, Carolina Santamaría-Delgado y Carlos Eduardo Cataño Arango. Travesías por la tierra del olvido: modernidad y colombianidad en la música de Carlos Vives y la Provincia. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana. 2014.

Throsby, David. Economía y cultura. Ciudad de México: Ediciones Akal. 2008.

Todorov, Tzvetan. El jardín imperfecto – Luces y sombras del pensamiento humanista. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica. 1999.

Toffler, Alvin. Los consumidores de cultura. Buenos Aires: Editorial Leviatán. 1964.

Tovar, Martha Isabel. “Gerenciar y gestionar lo cultural. Tarea inaplazable”. Revista EAN, num 60 (2007): 25-40.

Turino, Célio. Puntos de cultura: cultura en movimiento. Caseros: RGC Libros. 2013.

Vicario Leal, Fernando. Trazos para los nuevos mapas de la cultura. Bogotá: Icono Editorial. 2016.

Vicario Leal, Fernando. “Una oportunidad de oro”. Revista Arcadia, num 167 (2019): 35.

Vich, Víctor. Desculturalizar la cultura: La gestión cultural como forma de acción política. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores. 2014.

Wade, Peter. “Introducción” en Los estudios culturales serán la muerte de la antropología. Popayán: Editorial Universidad del Cauca. 2011.

Wills, Eduardo. “Artistas e Industrias Creativas y su Organización” en Arte y Parte: Manual de emprendimiento para el arte e industrias. Bogotá, Ministerio de Cultura de Colombia, 2006.

Yáñez Canal, Carlos. “¿Es posible una episteme de la gestión cultural en América Latina?” en Formas y configuraciones de la gestión cultural en América Latina, editores Uriel Bustamante, José Luis Mariscal Orozco y Carlos Yáñez Canal. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia [Sede Manizales]. 2016.

Yúdice, George. El recurso de la cultura. Barcelona: Editorial Gedisa. 2002.

Zea Fernández, Guillermo. Derechos de autor y Derechos conexos. Bogotá: Universidad Externado de Colombia. 2009.

Webgrafía

Congreso de la República de Colombia. (2017, 23 de mayo). Ley 1834 de 2017, por medio de la cual se fomenta la economía creativa Ley Naranja, <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201834%20DEL%2023%20DE%20MAYO%20DE%202017.pdf>

DANE, Departamento Administrativo Nacional de Estadística. “Primer Reporte Naranja (2014-2018)”, https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/sateli_cultura/economia-naranja/1er-reporte-economia-naranja-2014-2018.pdf

DANE, Departamento Administrativo Nacional de Estadística. “Segundo Reporte Naranja (2014-2018p)”, https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/sateli_cultura/economia-naranja/2do-reporte-economia-naranja-2014-2018.pdf

Presidencia de la República de Colombia. Plan Nacional de Desarrollo 2018–2022 “Pacto por Colombia, pacto por una equidad”, <https://id.presidencia.gov.co/especiales/190523-PlanNacionalDesarrollo/documentos/BasesPND2018-2022.pdf>

Revista Dinero. “Así van las empresas de la economía naranja”. <https://www.dinero.com/empresas/articulo/como-estan-la-economia-naranja/274871>

Revista Dinero. “Economía naranja: ¿sí hay futuro?”. <https://www.dinero.com/edicion-impresa/pais/articulo/como-impulsar-las-industrias-creativas/272499>

Revista Portafolio. “Colombia exportó US\$238 millones en economía naranja”.
<https://www.portafolio.co/negocios/colombia-exporto-us-238-millones-en-economia-naranja-537275>

UNESCO, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. “Industrias Culturales: El futuro de la cultura en juego (1982)”.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000135399>

UNESCO, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. “Declaración de México sobre las políticas culturales (1982)”.
https://culturalrights.net/descargas/drets_culturals400.pdf

Universidad EAN. “La industria cultural aporta el 8% del PIB de Bogotá”.
<https://universidadean.edu.co/noticias/la-industria-cultural-aporta-el-8-del-pib-de-bogota>

CUADERNOS DE SOFÍA EDITORIAL

Las opiniones, análisis y conclusiones del autor son de su responsabilidad y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Inclusiones**.

La reproducción parcial y/o total de este artículo debe hacerse con permiso de **Revista Inclusiones**