

ARTE, CULTURA Y CONOCIMIENTO

Propuestas del Foco de
Industrias Creativas y
Culturales

Volumen 8



El futuro
es de todos

Gobierno
de Colombia



MISIÓN DE
SABIOS
COLOMBIA - 2019

ARTE, CULTURA Y CONOCIMIENTO

Propuestas del Foco de
Industrias Creativas y
Culturales
Volumen 8

© Vicepresidencia de la República de Colombia

© Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación

© Edgar Leonardo Puentes Melo, Ramiro Osorio Fonseca, Camila Loboguerrero, Lina Paola Rodríguez Fernández, Carlos Jacanamijoy, Alfredo Zolezzi, Eliécer Arenas Monsalve, Óscar Hernández Salgar, autores.

Primera edición: Bogotá, D. C., julio de 2020

ISBN impreso: 978-958-5135-06-2

ISBN digital: 978-958-5135-07-9

DOI: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.9789585135079>

Colección:

Misión Internacional de Sabios 2019

Título del volumen 8:

Arte, cultura y conocimiento: propuestas del Foco de Industrias Creativas y Culturales

Preparación editorial

Editorial Pontificia Universidad Javeriana

Carrera 7.^a n.º 37-25, oficina 1301

Bogotá, D. C., Colombia

Teléfono: 3208320, ext. 4752

www.javeriana.edu.co/editorial

Corrección de textos y coordinación editorial

Juan Solano

Diseño de la colección y cubierta

leonardofernandezsuarez.com

Diagramación

lacentraldediseno.com

Diseño de infografías

Jenny Lara

Impresión

Xpress | Kimpres

Número de ejemplares: 1000

Impreso y hecho en Colombia

Printed and made in Colombia

Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio sin la autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.

Pontificia Universidad Javeriana. Biblioteca Alfonso Borrero Cabal, S. J.
Catalogación en la publicación

Puentes Melo, Edgar Leonardo, autor

Arte, cultura y conocimiento : propuestas del foco de industrias creativas y culturales / Edgar Leonardo Puentes Melo [y otros siete]. -- Primera edición. -- Bogotá : Editorial Pontificia Universidad Javeriana, 2020. (Misión de Sabios volumen No. 8).

256 páginas : ilustraciones ; 21,5 x 20 cm

Incluye referencias bibliográficas.

ISBN: 978-958-5135-06-2 (impreso)

ISBN: 978-958-5135-07-9 (digital)

1. Industria cultural - Colombia 2. Conocimiento y cultura - Colombia
3. Industrias creativas - Colombia 4. Ciencia y tecnología - Investigaciones - Colombia 5. Arte y cultura - Colombia
6. Desarrollo científico y tecnológico - Colombia 7. Identidad cultural - Colombia 8. Propiedad intelectual - Colombia
9. Educación - Innovaciones tecnológicas 10. Investigación en arte - Colombia I. Pontificia Universidad Javeriana. II. Colombia. Vicepresidencia de la República III. Colombia. Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación

CDD 306.2 edición 23



ARTE, CULTURA Y CONOCIMIENTO

Propuestas del Foco de
Industrias Creativas y
Culturales
Volumen 8

COMISIONADOS

Biología, Bioeconomía y Medio Ambiente

Silvia Restrepo, coordinadora
Cristian Samper
Federica di Palma (Reino Unido)
Elizabeth Hodson
Mabel Torres
Esteban Manrique Reol (España)
Michel Eddi (Francia)
Ludger Wessjohann (Alemania)
Germán Poveda

Ciencias Básicas y del Espacio

Moisés Wasserman Lerner, coordinador
Carmenza Duque Beltrán
Serge Haroche (Francia, premio Nobel)
Ana María Rey Ayala
Antonio Julio Copete Villa

Ciencias Sociales y Desarrollo Humano con Equidad

Clemente Forero Pineda, coordinador
Ana María Arjona
Sara Victoria Alvarado Salgado
William Maloney (Estados Unidos)
Stanislas Dehaene (Francia)
Johan Schot (Holanda)
Kyoo Sung Noh (Corea del Sur)

Ciencias de la Vida y la Salud

Juan Manuel Anaya, coordinador
Nubia Muñoz
Isabelle Magnin (Francia)
Rodolfo Llinás
Jorge Reynolds
Alejandro Jadad

Energía Sostenible

Juan Benavides, coordinador
Angela Wilkinson (Reino Unido)
Eduardo Posada
José Fernando Isaza

Industrias Creativas y Culturales

Edgar Leonardo Puentes Melo, coordinador
Ramiro Osorio Fonseca
Camila Loboguerrero
Lina Paola Rodríguez Fernández
Carlos Jacanamijoy
Alfredo Zolezzi (Chile)

Océanos y Recursos Hidrobiológicos

Andrés Franco, coordinador
Weildler Antonio Guerra
Jorge Reynolds
Juan Armando Sánchez
Sabrina Speich (Francia)

Tecnologías Convergentes Nano, Info y Cogno Industrias 4.0

María del Pilar Noriega, coordinadora
Jean Paul Allain
Tim Andreas Osswald
Orlando Ayala

Coordinador de coordinadores

Clemente Forero Pineda

RELADORES, SECRETARÍAS TÉCNICAS Y EQUIPO DE APOYO

Biotecnología,
Bioeconomía y
Medio Ambiente
Secretaría Técnica –
Universidad de los
Andes, Vicerrectoría de
Investigación
Silvia Restrepo
María Fernanda Mideros
Claudia Carolina Caballero
Laguna
Guy Henry
Relator
Martín Ramírez

Ciencias Básicas
y del Espacio
Secretaría Técnica –
Universidad Nacional de
Colombia
Jairo Alexis Rodríguez López
Hernando Guillermo
Gaitán Duarte
Liliana Pulido Báez
Relator
Diego Alejandro Torres
Galindo

Ciencias Sociales y
Desarrollo Humano
con Equidad
Secretaría Técnica –
Universidad del Rosario,
Escuela de Ciencias
Humanas
Stéphanie Lavaux
Carlos Gustavo Patarroyo
María Martínez
Relatores
Juliana Valdés Pereira
Edgar Sánchez Cuevas
Paula Juliana Guevara
Posada

Ciencias de la
Vida y la Salud
Secretaría Técnica –
Universidad de Antioquia
Pablo Patiño
Relatores
Sara Valencia
Gabriela Puentes

Energía Sostenible
Secretaría Técnica –
Universidad Industrial de
Santander
Relator
Dionisio Laverde
Profesional de apoyo
Dooglas Ochoa

Industrias Creativas
y Culturales
Secretaría Técnica –
Pontificia Universidad
Javeriana, Vicerrectoría de
Investigación
Óscar Hernández Salgar
María Catalina Rodríguez
Luisa Fernanda Zorrilla
Relator
Eliécer Arenas Monsalve

Océanos y Recursos
Hidrobiológicos
Secretaría Técnica –
Universidad del Valle y
Universidad Jorge Tadeo
Lozano
Jaime Ricardo Cantera
Relatores
Francisco de Paula
Gutiérrez
Enrique Peña
Carlos Edwin Gómez
César Augusto Ruiz

Tecnologías
Convergentes
Nano, Info y Cogno
Industrias 4.0
Secretaría Técnica –
Universidad EAFIT y
Universidad del Norte
Mauricio Perfetti
Javier Páez Saavedra
Relatores
Mónica Lucía Álvarez
Lainez
Elías David Niño
Secretaría Técnica
de la Misión
Cristina Garmendia y
Science & Innovation Link
Office (SILO)

AGRADECIMIENTOS

Son muchas las personas y las organizaciones que apoyaron el trabajo de la Misión y es imposible mencionarlas a todas. No obstante, los miembros de los ocho focos temáticos de la Misión Internacional de Sabios 2019, sus equipos de apoyo y sus relatores deseamos expresar nuestros agradecimientos especiales a las siguientes personas y a las organizaciones a las que están vinculadas, por su apoyo generoso en el cumplimiento de nuestra misión.

Agradecimientos generales

Marta Lucía Ramírez, Vicepresidenta de la República;
María Victoria Angulo, Ministra de Educación Nacional;
Cristina Garmendia y equipo de Science & Innovation
Link Office (SILO); Diego Hernández, Director de
Colciencias; Sonia Monroy, Subdirectora de Colciencias;
Adriana Paola Serrano; Directores de Programas y
Asesores de Colciencias; Humberto Rosanía y Freddy
Castro, Vicepresidencia de la República.

Universidad del Rosario, Universidad de los Andes,
Universidad Nacional de Colombia, Pontificia Universidad
Javeriana, Universidad Industrial de Santander,
Universidad del Norte, Universidad Jorge Tadeo Lozano,
Universidad del Valle, Universidad de Antioquia,
Universidad EAFIT.

Ernesto Ardila (traductor), Angélica Olaya y Sonia
Cárdenas (correctoras de estilo).

Agradecimientos del Foco de Bioeconomía, Biotecnología y Medio Ambiente (BBMA)

Fernando Gaviria (Rector de la Universidad Tecnológica
de Pereira) y Martha Marulanda (Vicerrectora de la
Universidad Tecnológica de Pereira); Luz Marina Mantilla
(Directora del Instituto SINCHI) y María Soledad
Hernández (Sostenibilidad e intervención Instituto
SINCHI); Jorge Mario Díaz (Director de Agrosavia)
y Juan Diego Palacios (Director del centro Tibaitatá
Agrosavia); Ivan Montenegro; Pablo Navas (Exrector de la
Universidad de los Andes), Alejandro Gaviria (Rector de
la Universidad de los Andes), Carlos Montenegro y Mirtza
Arroyo (Universidad de los Andes); Clara Leticia Serrano
(Asorinoquía); Wilmar Camilo Fonseca González, Laura
Vanesa Rodríguez Arcila, Catalina María Bernal Murcia,
Laura Bibiana Zuluaga Pineda, Lina María Rubiano
Arias, Edgar Francisco Otálora Bohórquez (Semillero de
investigación Universidad de los Andes); Arturo Luna
(Gestor del Programa de Biotecnología de Colciencias,
Gerente de Colombia-Bio); Luis Miguel Renjifo
(Vicerrector de Investigación, Pontificia Universidad
Javeriana).

Agradecimientos del Foco Ciencias Básicas y del Espacio (CBE)

Enrique Forero, Academia Colombiana de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales (ACCEFYN) y participantes en el foro permanente de apoyo a la Misión; Dolly Montoya, Rectora de la Universidad Nacional de Colombia; Obdulio Velásquez, Rector de la Universidad de La Sabana y participantes en el foro Industria-Universidad; Fanor Mondragón, ACCEFYN; Camilo Yunes, Vicerrector Sede Manizales, Universidad Nacional de Colombia; profesores y estudiantes voluntarios que contribuyeron en la Organización del Foro de Ciencias Básicas y del Espacio. Todos los participantes en nuestros foros y reuniones, quienes respondieron nuestras encuestas, y los miembros de gobiernos departamentales y locales que discutieron con los comisionados del foco.

Agradecimientos del Foco Ciencias Sociales y Desarrollo Humano con Equidad (CSDHE)

Universidad del Rosario y Escuela de Ciencias Humanas (Universidad del Rosario); Universidad de los Andes; Alejandro Acosta (CINDE); José Luis Villaveces; Luis Enrique Orozco; Carlos Eduardo Vasco; Eduardo Aldana; Fernando Chaparro; Hernán Jaramillo Salazar; John Sudarsky; María Piedad Villaveces; Margarita Peña; Germán Puerta; Andrés Casas; Siembra Colombia; Alberto Echeverry; Natalia Duque; Catalina Martínez; Juliana Ordoñez; Diego Montoya; Luisa Fernanda Urrea; María Camila Díaz Granados; María Villaveces; Beethoven Herrera; Rubén Darío Utria; Enrique Forero; Fanor Mondragón; Imelda Restrepo y su equipo asesor (ANDI); Comisiones Académica y Gestora del Plan Nacional Decenal de Educación; Jairo Giraldo (Buinaima); Ingrid Rueda; Yadira Casas; Liliana Castro (Colciencias); Marieta Quintero (Universidad Distrital); Oscar Saldarriaga (Universidad Javeriana); Jaime Saldarriaga (Universidad de Antioquia); Claudia García (Universidad Libre de Pereira); María Camila Ospina, Héctor Fabio Ospina, Julián Loaiza y Daniela León (Centro de Estudios Avanzados en Niñez y Juventud del Cinde y la Universidad

de Manizales); Andrés Mauricio Mendoza (Cifras y Conceptos); Jorge Iván González (Universidad Nacional); Jorge Iván Jurado, María Piedad Marín, Alejandro Barrera, Edisson Castro, Alejandro Cardona, Ana María Hincapié, Claudia Munévar, Eliana Gallego, Carlos Urrego y Mónica Arango (Universidad de Manizales); Gabriel Vélez (Universidad de Antioquia); profesores y estudiantes del Doctorado en Ciencias Sociales Niñez y Juventud del Cinde y la Universidad de Manizales; directores del Doctorado en Educación a nivel nacional; profesores de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional (sede Bogotá); Enrique Chaux; Ana María Velázquez; Arturo Harker; Andrés Moya; Oscar Sánchez; María Emma Wills; Alexander Ruiz; Educapaz; Centro Nacional de Memoria Histórica; El Arte de Vivir; Dunna; Alternativas Creativas para la Paz; RESPIRA; Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio; Colegio Sathya Sai, Bogotá; The International Center for Transitional Justice; niñas, niños y padres que participaron en los talleres de futuro y ciencia en distintos lugares del país.

Agradecimientos del Foco Ciencias de la Vida y de la Salud (CVS)

John Jairo Arboleda Céspedes, Rector Universidad de Antioquia; Sergio Cristancho Marulanda, Vicerrector de Investigación, Universidad de Antioquia; Gloria Valencia Bustamante, Asistente de la Vicerrectoría de Investigación, Universidad de Antioquia; Luis Fernando Múnera Díez, Director, Fundación Universidad de Antioquia; Carlos Alberto Palacio Acosta, Decano de Medicina, Universidad de Antioquia; Esteban David Ahumada; Luz Adriana Martínez, Universidad de Antioquia; Julio Aldana, Director Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima); Pahola Pulgarín y Judith Mestre, Invima; María Teresa Domínguez, Ministerio de Salud y Protección Social; Claudia Tinjacá y Diana Milena Calderón, Colciencias; Raúl Murillo, Director del Centro Javeriano de Oncología; Margarita Ronderos, Universidad Javeriana; Esther de Vries, Directora del programa de Doctorado en Epidemiología

Clínica en la Javeriana; Ángela Ruiz, profesora y Directora del Grupo de Investigación Clínica Universidad del Rosario; Gloria Sánchez, profesora y Coordinadora del Grupo Infección y Cáncer, Universidad de Antioquia; Lyda Osorio y Lena Barrera, profesoras de Salud pública Universidad del Valle; Marion Piñeros y Armando Baena, epidemiólogos en el IARC, Lyon; Maciej Orkisz, profesor de la Universidad de Lyon, coordinador con la Universidad de los Andes y Javeriana; Eduardo Dávila, Ingeniero de CNRS en ciencias de la computación Creatis; José Luis Méndez; Asociación de Industrias Farmacéuticas Colombianas (Asinfar); Cámara de la Industria Farmacéutica de la Asociación Nacional de Industriales (ANDI); Elkin Echeverry; Yessica Gutiérrez; Jorge Areiza (Ruta N); Salim Mattar (Universidad de Córdoba); Carlos Corredor (Universidad Simón Bolívar); Hernando Baquero; Pedro Javier Villalba (Universidad del Norte); William Reyes; Susan Benavides Universidad de Santander (UDES); Gabriel Jaime Tobón (Universidad ICESI); Norma Serrano (Fundación Cardiovascular de Colombia); Luis Guillermo Restrepo Vélez (Universidad del Rosario); Academia Nacional de Medicina de Colombia; Instituto Nacional de Salud; Instituto Nacional de Cancerología; Instituto de Evaluación Tecnológica en Salud; Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima); Organización Panamericana de la Salud.

Agradecimientos del Foco Energías Sostenibles (ES)

Hernán Porras (Rector Universidad Industrial de Santander), Guillermo González (Vicerrector de Investigación y Extensión), Farid Chejne Janna, Karen Cepeda, Yovany Portilla, Rafael Chona, Angie Martínez, Gonzalo Ordóñez, Rodolfo Villamizar, César Duarte, Gabriel Ordóñez, José Rincón, Juan Oviedo, Javier Solano, Humberto Rodríguez, Iván Serna, Horacio Torres y asistentes a los foros con empresarios e investigadores de Medellín y Bucaramanga.

Agradecimientos del Foco Industrias Creativas y Culturales (ICC)

Tania Delgado, María Camila Cabezas e Iván Franco (Colciencias); Germán Rey, Marisol Cano y Javier Rodríguez (Universidad Javeriana); Ana Piñeros (Asocinde); Héctor Bonilla (Acofartes); Javier Vallejo (Ministerio de Educación); David Solodkow (Universidad de los Andes); Diego Molano (Concejo de Bogotá); Felipe Buitrago, Sandy Guerrero, Cleopatra Marrugo y William Otero (Consejería para asuntos económicos y estratégicos); Carolina Romero y Julián Riatiga (Dirección Nacional de Derecho de Autor); José Luis Niño y Jimena Peña (Universidad EAN); Juan Pablo Salcedo (Universidad El Bosque); Diana Cifuentes (Observatorio Economía Naranja); Carlos Mora y Francisco Carrillo (DANE); Luis Astaiza, Alberto Tamayo, Oscar Corzo y Felipe Arango (Universidad Central); Yesenia Valencia (Smartfilms); Alejandra Álvarez (Corporación Universitaria Taller 5); Mónica Suárez y Diego Téllez (Corporación Universitaria Taller 5); Manuel Sevilla y María Consuelo Villamil (Pontificia Universidad Javeriana, Cali); Germán Flórez (Centro de Pensamiento de Propiedad Intelectual); Paula Botero (Instituto Tecnológico de Medellín); Roberto Amador (Universidad Nacional de Colombia); Santiago Niño Morales (Universidad Distrital Francisco José de Caldas); Estela Barreto (Universidad de Bellas Artes de Cartagena); Lucy Cifuentes (Universidad Autónoma de Bucaramanga); Banco de la República, San Andrés; Lina Rodríguez y Gisela Pérez (Festival de Cartagena – FICCI); Felipe César Londoño (Universidad de Caldas); Luis Carlos Reyes (Observatorio Fiscal, Pontificia Universidad Javeriana); David Melo, Angie Pinzón, María Cristina Díaz, Ulia Yemail, Cristian Estrella, José Argote y Carlos Dueñas (Ministerio de Cultura); Felipe Barrientos, Ignacio Gaitán y Miguel Olarte (Innpulsa); Carlos Baena (Ministerio de Trabajo); Adriana Padilla y Marcela Corredor (Cámara de Comercio de Bogotá); Mario Suárez y Juana Andrade (Secretaría de Cultura Bogotá); Ana María Fries y Jimena Puyo Posada (Artesanías de Colombia); María Claudia Páez (Cámara de Comercio

de Cartagena); Nicolás Carrizosa (Secretaría Distrital de Desarrollo Económico); Fernando Vicario (Organización de Estados Iberoamericanos); Javier Machicado (Consultora Lado B); Julián Riatiga (Dirección Nacional de Derecho de Autor); Fabián Dangond (Gobernación del Cesar); Giovanni Peña Betancur (Redecon); Antonio Cortés (Gobernación de Cundinamarca); Diego García Reyes (Bogotá Design Festival); Juan Carlos Gaitán (Prana); César Sánchez y Betsy Gelves (Comisión Gestora Plan Decenal de Educación); Yesid Bernal (Ministerio de Tecnologías de Información y Telecomunicaciones); Lina Parra (Sala del Ocio y la Fantasía, SOFA); Carlos Reyes (IGDA); Dilia Robinson, Joseph Dan Bush Murillo, Elkin Robinson y Louis Gregory Robinson (Isla de Providencia); Gloria Patricia Zapata (Ministerio de Educación); Cesar Augusto Zambrano (Universidad del Tolima); Raiza Deluque y Roberto Hinestroza (Consejería de Juventudes); Lina Arbeláez (PNUD); Leticia Gennes (World Entrepreneurs); Juan Diego Ortiz (Asanfe); Alcaldía de Villa de Leyva, Instituto Técnico Central (ITC); Jorge Mario Bergoglio (IED); Uniandinos; Fundación Universitaria Juan N Corpas; Corporación Universitaria Minuto de Dios (Uniminuto); Universidad Pedagógica Nacional; Universidad Pontificia Bolivariana; Lasalle College Institute (LCI); Institución Universitaria Pascual Bravo; Universidad Externado de Colombia; Orquesta Filarmónica de Bogotá; Universidad del Rosario; Universidad Jorge Tadeo Lozano; Universidad Antonio Nariño (UAN); Universidad de Boyacá; Corporación Universitaria Unitec; Arcadia Sonora; Secretaría de Cultura de Sopó; Universidad de San Buenaventura; Corporación Lidérate; Corporación Escuela de Artes y Letras; Universidad Santo Tomás; Mola Hub Moda Sostenible; Tarpui; Comisión Profesional de Diseño Industrial; Premio Lápiz de Acero; Ascun; Curupira SAS; Universidad Tecnológica de Pereira; Colegiatura Colombiana; Dirección de formación profesional SENA; Designall, Art Not SAS; Colpensiones; Connect Bogotá Región; Polifonía – Escuela Reúsate y Platzi.

Agradecimientos del Foco de Océanos y Recursos Hidrobiológicos (ORH)

Diego Torres, Cecilia María Vélez, Margarita Peña, Isaac Dyner, Ingrid Paola Barragán, Martha Cortés, Luz Estela Gómez, Luz Piedad Arrigui, María del Pilar Blandón, Paola Noreña, Carl Langebaek, Jorge Molina, Manu Forero Shelton, Tatiana Rey, Enrique Forero, Marcela Macías, Capitán de Navío (r) Francisco Arias, Jesús Antonio Garay, Sandra Rincón, Paula Cristina Sierra, David Alonso, Luz Marina Mantilla, Carlos Alberto Mendoza, Edwin Agudelo, Adriana Santos, Nestor Campos, Sven Zea, Arturo Acero, Ernesto Mancera, Claudia Vaca, Luisa F. Dueñas, Señor Vicealmirante (r) José William Porras, Señor Almirante Mauricio Soto, Señor Almirante Edgar Romero, Capitán de Navío (r) Ricardo Ariza, Capitán de Navío (r) Carlos Alberto Andrade, Señor Contralmirante Francisco Hernando Cubides, Capitán de Fragata Alejandro Rueda, Capitán de Corbeta Julio Monroy, Teniente de Navío Diana Sánchez, Capitán de Navío Juan Camilo Forero, Mónica López, Carlos Alberto Ramírez, Juanita Goebertus, Iván Agudelo, Luis Fernando Barrios, Luis M. Manjarrés, Juan Mayorga, Juan Carlos Alonso, José Saulo Usma, Luz Stella Gómez Giraldo, Luis Fernando Gómez, Analinda Torres, Gina Ortiz, Hilayalith Rodríguez, Ana Carolina Barrera, Nicolás Bustamante.

Agradecimientos del Foco Tecnologías Convergentes e Industrias 4.0 (TCeI4.0)

Markus Eisenhauer, Fraunhofer Institute FIT (Alemania); Juan Luis Mejía (Rector de la Universidad EAFIT); Adolfo Meisel Roca (Rector de la Universidad del Norte); Raimundo Abello Llanos (Universidad del Norte); Oscar Caicedo, Mauricio Arroyave Franco, José Alejandro Montoya, Olga Lucía Quintero, Nora Cadavid Giraldo y Diego Leal Fonseca (Universidad EAFIT); Andrea Álvarez (Universidad del Norte).

P15 **Presentación** p15

P21 **Reflexiones de los miembros del Foco de Industrias Creativas y Culturales** p21

Ramiro Osorio Fonseca p21

Carlos Jacanamijoy p22

Lina Paola Rodríguez Fernández p26

Camila Loboguerrero p27

Alfredo Zolezzi p29

Edgar Leonardo Puentes Melo p31

P35 **Introducción: las industrias creativas y culturales en el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación** p35

P41 *uno*
Relatorías de las sesiones del Foco de Industrias Creativas y Culturales

Introducción p43

Valor simbólico e identidad cultural p45

Generación de contenidos p57

Educación para las industrias creativas y culturales p72

Circulación, visibilidad y apropiación de contenidos culturales p88

Articulación entre creadores e industria p99

Integración de las cadenas de valor p110

Infraestructura y tecnología para las industrias creativas y culturales p118

Regulación: aspectos tributarios y propiedad intelectual p130

Información p132

P139 *dos*
Propuestas del Foco de Industrias Creativas y Culturales

Valor simbólico, identidad cultural y generación de contenidos p141

Educación para las industrias creativas y culturales p146

Circulación de contenidos, articulación con industria e integración de cadenas de valor p152

Infraestructura y tecnología para las industrias creativas y culturales p157

Regulación, financiación e información p162

P169

tres

Retos y misiones emblemáticas

Colombia Diversa, Bioeconomía y Economía Creativa: conocimiento, conservación, apropiación y uso sostenible del patrimonio cultural y natural para una economía sostenible p174

Educación con Calidad para la Equidad, el Desarrollo Humano y el Crecimiento p178

Conocimiento e Innovación para la Equidad p181

P189

cuatro

Viveros Creativos: modelo de relacionamiento de cuádruple hélice para las industrias creativas y culturales

Introducción p191

Propuesta para el relacionamiento en los Viveros Creativos p193

Sello y red nacional de Viveros Creativos p196

Sostenibilidad p197

Ruta de acompañamiento p198

Programación cultural p201

P203

Anexos

1. Bases para una propuesta de acciones para el desarrollo del sector creativo* p205

2. Metodología de trabajo del Foco de Industrias Creativas y Culturales p223

P235

Referencias p235

Bibliografía consultada p242

P247

Lista de siglas y acrónimos

P251

Autores

Estado

Presentación

Edgar Leonardo Puentes Melo*

Fue en enero de 2019 cuando asistimos a una reunión con la Vicepresidencia de Colombia después de varias llamadas telefónicas y conversaciones previas. Nos cruzamos con caras conocidas de otras ocasiones y otros escenarios: Rodolfo Llinás, Clemente Forero, Eduardo Posada, entre otros. La conversación esa noche dejó claro un propósito: se nos encomendaba la misión de pensar en la Colombia del futuro, reflexionando claramente sobre su presente y teniendo en cuenta su amplio y largo recorrido en el pasado. Muchas cosas conversamos esa noche; sin embargo, se mencionaron varios temas en los que, con alegría, sentí que existía un claro consenso e interés: la educación, la importancia de la ciencia, el arte y la cultura, la necesidad de validarlas en un país donde en general se desconocen su importancia y su valor, y brillan por su ausencia en la cotidianidad de la mayoría de los colombianos.

Cuando nos convocaron a pertenecer a la Misión de Sabios 2019, no teníamos un panorama claro sobre cuál sería el camino. Personalmente, me pregunté muchas veces cuál debería ser el énfasis que podríamos tener como grupo en tan importante momento en la historia de Colombia, representando al arte y la cultura del país. Recuerdo el día cuando inició la misión y el Gobierno presentaba esta iniciativa en el Jardín Botánico de Bogotá. Nueve meses fue el plazo, un periodo corto para reflexionar sobre el futuro de Colombia, para consultar sobre diversos temas y con la premisa

* Coordinador del Foco de Industrias Creativas y Culturales.

de entender cuáles serían las recomendaciones que aportarían a la construcción de nuestro país. Sin embargo, cuando miré alrededor escuché quiénes habíamos sido convocados, para mí fue claro que –tal vez en un ejercicio consensuado por primera vez– se reunían científicos y artistas provenientes de diversos lugares, diferentes caminos y con un mensaje cada vez más claro: era una oportunidad para construir desde la diversidad del pensamiento y del conocimiento. Se abrió el espacio a una profunda discusión en la que todavía no teníamos definido el camino, pero que planteó un enorme reto: se nos propuso tejer y construir desde la diversidad de miradas en un país donde ha sido más fácil criticar sin aportar, donde ha sido más sencillo destruir, ignorar, imponer, desconocer, un país donde la historia nos ha mostrado la gran dificultad de sentarnos como colectivo a dialogar, donde la diferencia se ha convertido en el gran enemigo.

La primera reunión donde discutimos sobre la creación del futuro Ministerio de Ciencia fue un atisbo de las distancias enormes desde las que hablábamos. Para mí era claro que, al entender la ciencia, la tecnología y la innovación como escenarios abiertos a la cultura y el arte, el nombre de la nueva entidad debía ser lo suficientemente incluyente y permitir espacios para dos actividades fundamentales para la investigación de nuestro sector: creación e investigación + creación (I+C). Por esto, cuando pidieron mi opinión, planteé que el ministerio debería llamarse Ministerio de Ciencia, Arte, Tecnología e Innovación. Recuerdo con claridad la mirada de varios de mis colegas de la Misión, seguramente preguntándose “y el arte... ¿qué tiene que ver con la ciencia?”. En ese momento la distancia epistemológica de nuestros sectores era astronómica, o al menos eso sentí. Era un camino que comenzaba a construirse desde posiciones opuestas y miradas completamente diferentes. Esta situación se repetiría de muchas formas durante los meses siguientes.

Nuestra primera reunión como foco abrió con la discusión de un tema que nos pareció de gran importancia: el temor de seguir un camino desconocido y de los problemas de hacer tangibles y veraces las recomendaciones que surgieran de este ejercicio; pero además, las voces que criticaron la misión antes de empezar, como la carta abierta de Carlos Vasco (2019). De esta reunión recuerdo ese momento difícil, pero también la

Figura 1. Segunda reunión del Foco de Industrias Creativas y Culturales. En la imagen aparecen Camila Loboguerrero, Ramiro Osorio, Lina Rodríguez, Carlos Jacanamijoy, Óscar Hernández, Edgar Puentes y Alfredo Zolezzi. Febrero de 2019, Pontificia Universidad Javeriana.



increíble oportunidad que se abrió cuando pudimos expresar abiertamente lo que pensábamos y lo que creíamos, con posturas claras y directas. Ese ejercicio se repitió en muchas ocasiones durante más de nueve meses de duración de esta misión. Ese día nació la confianza y la claridad de que nos reuníamos para reflexionar con honestidad para aportar y construir una visión para Colombia.

Contamos desde el comienzo con un equipo increíble e insuperable organizado por la Pontificia Universidad Javeriana, dirigido por Óscar Hernández, a quién entendimos todo el tiempo como un miembro más de nuestro foco, con la compañía de Eliécer Arenas, nuestro relator, quién también asumió un papel fundamental al unificar los puntos de vista de nuestras discusiones; juntos nos apoyaron para orientar todo el tiempo el camino con sus diversos y maravillosos aportes. De igual manera contamos con el invaluable apoyo y presencia de Colciencias a través del equipo liderado por Tania Delgado. Con una hoja de ruta clara, diseñada inicialmente por la Universidad Javeriana, logramos orientar los ejes temáticos sobre los que trabajamos durante este año. De igual manera, a través de la universidad y con el trabajo de los miembros de los focos, nos articulamos y consultamos

diversos niveles de la sociedad y la academia: colectivos, gremios, universidades, colegios, expertos. Era claro para nosotros que el concepto de una *mesa de sabios* simplemente respondía a un error de definición. Nuestro papel fue el de orientar la discusión e involucrar a la mayor cantidad posible de voces, hecho que, siento, al final logramos con mucha satisfacción.

El trabajo que realizamos con este documento no pretende establecer normas, reglas o una mirada fija alrededor de un tema altamente complejo y en transformación permanente. Por el contrario, si bien busca ser una carta de navegación, también pretende ser un texto que provoque e instigue, que sugiera y rete, que permita proyectar una mirada transversal orientada hacia la meta de esta misión: generar pautas para un diálogo profundo en el que todos participen, donde la diversidad y la diferencia sean la mayor riqueza y el motor que permita, en el encuentro de saberes y la variedad de puntos de vista, un discurso cada vez más rico, profundo y dinámico. Así, buscamos construir un proceso en el que todos encontremos un lugar para aportar, donde podamos construir de manera individual y colectiva la Colombia que soñamos, con la claridad de que, finalmente, este sea un lugar para todos.



Reflexiones de los miembros del Foco de Industrias Creativas y Culturales

Ramiro Osorio Fonseca

Formar parte de la Misión de Sabios 2019, en el Foco de Industrias Creativas y Culturales, ha sido una experiencia extraordinaria. Ha sido un privilegio debatir en condiciones de total libertad con rigor y generosidad los temas y experiencias que han marcado nuestra vida, con la certeza de que los resultados de nuestro trabajo serán acogidos por el Gobierno nacional y convertidos en políticas públicas que incentivarán el valor estratégico de la cultura, la ciencia, la educación y el medio ambiente como ejes transversales del desarrollo.

Esta misión se ha caracterizado por la profundidad de sus procesos. El hecho de que cada foco estuviera acompañado por una universidad ha sido un acierto. En nuestro caso, la Pontificia Universidad Javeriana dispuso de todos los recursos que permitieron durante un año llevar a cabo los debates y la construcción de las memorias con disciplina, con agendas precisas, y con metodologías que permitieron el trabajo conjunto para que los temas debatidos fueran expuestos y enriquecidos en la academia por maestros, artistas, gestores e investigadores.

Ha sido un honor coincidir en estas labores con admirados compañeros como Camila Loboguerrero, Lina Rodríguez, Carlos Jacanamijoy y Alfredo Zolezzi, bajo la coordinación de Edgar Puentes, la relatoría de Eliécer Arenas y de los equipos de la Universidad Javeriana, encabezados por Óscar Hernández, y de Colciencias liderado por Tania Delgado. Esta fue una oportunidad única para replantearnos nuestros roles como artistas, gestores culturales, pedagogos y líderes sociales en la construcción de una Colombia que se caracterice por la inclusión, la participación ciudadana, la creatividad y la innovación a partir del respeto, el reconocimiento y la valoración de nuestra diversidad cultural y natural.

Carlos Jacanamijoy

Para mí fue un honor que me invitaran a hacer parte de la Misión de Sabios. Aunque me tomé el tiempo de pensarlo –por mi postura en desacuerdo frente a las políticas públicas y de Estado de los gobiernos de turno–, acepté porque era preferible hacer escuchar mi voz en la misión como una de aquellas que han sido silenciadas, invisibilizadas y estigmatizadas por siglos. Preferí hacerlo que protestar declinando la invitación. Al final también acepté como un acto de amor por Colombia, como un acto de fe. Me considero uno más de los que unen su voz a los millones de jóvenes que han salido a ejercer el legítimo derecho a la protesta social, cansados e indignados, pidiendo cambios ante la agobiante realidad del país que este año (2019) cumplió el Bicentenario de la esquiua independendencia de la República.

Es innegable que la misión fue una grandiosa experiencia de vida y una gran responsabilidad por el peso histórico de semejante labor, además fue un encuentro excepcional y cálido entre compañeros comisionados –seres humanos extraordinarios y admirables–. Mi tarea dentro de la misión fue insistir en que quedara claro el tema de la identidad cultural en las recomendaciones finales, pues el mayor tesoro que tenemos los colombianos es la diversidad biológica y cultural, esa en la que debemos escuchar a los guardianes de la sabiduría ancestral para conocer e implementar por fin sus paradigmas en esta sociedad moderna para el bienestar no solo del país sino del planeta. Esta es una responsabilidad inaplazable. Quedó muy claro en las recomendaciones de la misión que todo lo escrito allí es realizable y no simples utopías. Personalmente quedé muy satisfecho con el documento general. Pero una cosa es lo que quedó sobre el papel y otra que llegue a ser realidad, y, además, que las políticas de Estado se compadezcan con la realidad del país, que es tan distinta a su discurso oficial.

Mientras los miembros de la Misión de Sabios nos reuníamos a trabajar –soñadores e ilusionados– en el mismo tiempo y espacio transcurría la cotidianidad de un país que cada vez parecía peor. Esa es una realidad inocultable. Y como para que viéramos más claro un panorama de la realidad del país que muchos nos negamos a ver y aceptar, el destino

nos puso de frente ante un espejo bien nítido para que contempláramos el retrato de una Colombia cansada e indignada, que salía a las calles a protestar. El 5 de diciembre de 2019, día memorable de la entrega oficial del documento de la misión, coincidió con el gran paro nacional, ese que no tenía precedentes en la historia del país, ya que multitudes antes no vistas, sobre todo de jóvenes, salieron a ejercer el legítimo derecho a la protesta social. La coincidencia de esos dos acontecimientos trascendentales para una nación en un mismo día son expresiones de la nueva sociedad y de las nuevas juventudes que claman por el sueño de una vida mejor. Ojalá el propósito de esos dos acontecimientos se hicieran realidad para la paz y el bienestar de todos. Aunque la entrega oficial del documento de la misión pudo haber quedado en un segundo plano para el país, para los comisionados no pasaron desapercibidas las marchas de ese día, pues fue noticia nacional e internacional. Mi familia, mis amigos y mis hijos con sus amigos salieron a marchar. Es mezquino que estigmaticen la protesta social y más cuando el ataque viene del Gobierno. El 21 de noviembre, primer día del Paro Nacional, coincidió con mi estadía de unos días en Nueva York y ahí salí a marchar y me encontré en la protesta con amigos colombianos residentes en esa ciudad, seres humanos ejemplares: científicos, artistas, intelectuales, académicos, estudiantes, sobre todo jóvenes. No sé cuál es el miedo si quienes salen a marchar son colombianos maravillosos. En Bogotá, en donde vivo, igual he salido a marchar con entusiasmo. Aquel 5 de diciembre me sentí –al igual que el día que acepté la invitación a hacer parte de la misión– en la mitad de dos opuestos: la mitad de mi corazón estaba en la marcha con la minga, la guardia indígena, los estudiantes, las juventudes, el clamor de la sociedad; y la otra mitad con mis compañeros de misión, emocionado y pensando en un país mejor. Yo me solidarizo con la minga y la guardia indígena y protesto por el estereotipo que se ha creado de las comunidades indígenas como adorno para unas cosas y como estorbo para otras.

Después de los primeros días de movilizaciones ciudadanas, el periódico *El Espectador* (2019) nos invitó a algunos artistas nacionales a que escribiéramos una carta sobre el paro dirigida al presidente de la república y mis palabras fueron: “Señor presidente, con la mano en el corazón de

un ciudadano más que ama nuestro país, le solicito amorosamente que si a los colombianos nos va a llegar algún momento para el diálogo, y para escuchar la voz de la diversidad de la que tanto nos enorgullecemos como nación, ese momento ha llegado, y le tocó a usted escuchar el clamor del pueblo”. Hoy también, por medio de este escrito, le expreso la misma solicitud. Cuando me dieron la oportunidad de hablarle en público al presidente en la cena de los sabios, le dije que el cumplimiento de estas recomendaciones de la misión es una oportunidad de oro para transformar la nación y escuchar a las juventudes.

Sin embargo, más pareciera que estamos condenados a vivir en un país de una tradición oral amnésica, que habla y escribe mucho, y no hace nada. Tenemos la mejor Constitución política del mundo, un Acuerdo de Paz ejemplar, estudiado y escrito por los mejores expertos del mundo para la reconciliación y no repetición, y este año, además, contamos con las recomendaciones de una segunda Misión de Sabios con participación de expertos nacionales e internacionales, y aun así pareciera que vamos a seguir ignorando la realidad que vive la gente de carne y hueso. Incluso si el Gobierno cumpliera a cabalidad las recomendaciones de la misión, ¿qué haremos mientras, por otro lado, seguiremos siendo uno de los países más desiguales, clasistas y racistas del mundo? Un país con tantas violaciones de derechos humanos, corrupción, crímenes de lesa humanidad, desapariciones y torturas que superan a regímenes de dictaduras; con resultados de pruebas educativas, como Saber y Pisa, de nivel preocupantemente bajo; con niveles de deforestación extremos; pueblos indígenas en vías de extinción biológica y cultural y un país en estado más de guerra que de paz. Nos estamos devolviendo a décadas de horror ya vividas que se suponían superadas. ¿En qué país vivimos si hoy, 31 de diciembre de 2019, las noticias de Navidad y Año Nuevo son dolorosas? Siguen asesinando y torturando líderes sociales, mientras que el resto de los colombianos nos deseamos un feliz y venturoso año nuevo. Es doloroso e irritante decirlo, pero hay que decirlo. Mi intención es llamar a la conciencia y hacer un alto en el camino para ver qué hicimos mal, qué hicimos bien y en qué podemos mejorar. Estoy de acuerdo con lo que expresó en repetidas ocasiones a los miembros de la misión mi querido amigo, el profesor Rodolfo Llinás,

cuando dijo que el gran problema de Colombia es la tradición oral, en el sentido en que en este país “se habla mucho y no se hace”. Tiene razón si lo dice él, que fue miembro de la primera Misión de Sabios, y cuyas recomendaciones prácticamente no se atendieron en nada. También estoy de acuerdo con la carta abierta de descontento, escrita por el Dr. Carlos Eduardo Vasco Uribe, miembro y coordinador de la primera Misión de Sabios. La misiva fue dirigida al Gobierno y a los miembros de la misión en febrero de 2019. No puedo guardar silencio como miembro de la misión cuando personas de gran reconocimiento y méritos como el Dr. Vasco nos están alertando sobre realidades inocultables que están pasando en el país. Él advirtió con argumentos que las recomendaciones de la misión anterior y esta no pueden implementarse si el Gobierno no escucha y si no hay voluntad. Esa carta la leímos por sugerencia mía en la primera sesión del Foco de Industrias Creativas y Culturales.

Si me postularon con el propósito de escuchar puntos de vista diversos para esta misión, mi tarea habrá sido fructífera si expresé mis inquietudes sin miedo, como las juventudes cansadas lo hicieron en las calles para buscar una nueva y mejor sociedad. En la cumbre de Medellín hablé del miedo a nuestros orígenes como uno de los obstáculos que nos paralizan y nos impiden actuar. Un miedo histórico foráneo, infundado, para que desconfiemos y nos avergoncemos de lo que somos. El estigma y el miedo entre hermanos hace que nos odiamos sin conocernos, creando enemigos donde no los hay, todo a fuerza de negar lo que soy, lo que somos, nuestra historia. Lo contrario al amor no es el odio, como nos lo han hecho saber, sino el miedo. Ese miedo paralizador es el que debemos combatir con educación y conocimiento, pilares fundamentales de esta misión y la pasada. El reto ahora es seguir esa carta de navegación que fue misión cumplida como un parto amoroso de soñadores por Colombia, y que va en la misma vía del clamor de quienes se manifiestan en las calles por un futuro mejor para las nuevas generaciones. El propósito es que haya un cambio en las políticas públicas y de Estado, que se hagan realidad desde ya; el propósito es que despertemos a un mundo mejor. La responsabilidad está ante todo en las manos del Estado y del Gobierno.

Lina Paola Rodríguez Fernández

El último domingo de enero de 2019 recibí una llamada de Alberto Abello Vives, el gran tejedor del Caribe (q. e. p. d.), para consultarme si podía sugerir mi nombre para integrar el Foco de Industrias Creativas y Culturales de la Misión de Sabios que había convocado el presidente Iván Duque de la mano de la vicepresidenta Marta Lucía Ramírez. Quedé muda por algunos segundos y le respondí, sin mayores expectativas, que frente a tan honrosa oportunidad estaría siempre dispuesta a servir y a sumar, desde la mirada de la provincia y las realidades de la gestión cultural, a los ejercicios de construcción colectiva de este aguerrido sector de nuestro país.

Ha sido una aventura exigente, una experiencia de enorme crecimiento profesional y personal para quienes hicimos parte de este diálogo colectivo, al que siempre estaremos dispuestos a aportar para la construcción de una mejor Colombia, de una sociedad basada en el conocimiento.

Solo tengo palabras de inmenso agradecimiento para este destacado y comprometido equipo de músicos, artistas, gestores, investigadores, maestros y ahora grupo de amigos. Ellos han defendido la cultura a lo largo de sus vidas y de sus aprendizajes como el principal alimento de la condición humana.

A Ramiro Osorio, nuestro primer ministro de Cultura y principal gestor de todos los tiempos; a Camila Loboguerrero, prolija cineasta de gran temple y experiencia; a Carlos Jacanamijoy, maestro de los sentidos y las emociones; a Edgar Puentes, nuestro líder y coordinador en este riguroso ensayo diseñado para alimentar la conversación sobre nuevas formas de conocimiento a través del arte y la cultura; a Alfredo Zolezzi, chileno de corazón colombiano, siempre disruptivo y motivado por las transformaciones con sentido para la humanidad; a Óscar Hernández, el estructurador e integrador de saberes; a Eliécer Arenas Monsalve, relator de gran estatura; a Catalina Rodríguez, nuestra armadora siempre precisa, informada y generosa; a Luisa Zorrilla por su acompañamiento; y al equipo de Colciencias integrado por Tania, María Camila e Iván, defensores de las banderas culturales desde el rigor de la ciencia y la investigación. A la Pontificia Universidad Javeriana y los cientos de aliados que nutrieron

nuestros ejercicios de reflexión y debate: gracias totales por la oportunidad de aprender de todos y cada uno de ustedes.

Fue un reto mayúsculo estructurar una hoja de ruta que prioriza indicadores de desarrollo humano y es transversal al ecosistema –Gobierno, academia, empresa privada y sociedad civil–. Sin embargo, superar los miedos y preocupaciones para su realización representará un esfuerzo aun mayor de parte de todo el sistema. Será entonces indispensable alinear los discursos con los recursos para pasar a la acción y correcta aplicación de los programas y políticas planteadas por la misión para disminuir con acierto las brechas en los territorios.

La Misión de Sabios 2019 comienza a vivir. Estamos llamados a continuar el compromiso, a seguir expectantes, en constante observación y reflexión, para mantener vivas las preguntas que nos harán avanzar hacia esa sociedad del conocimiento.

Camila Loboguerrero

Cuando me llamaron para proponerme hacer parte de la Misión de Sabios pensé primero que era un chiste y luego que estábamos muy mal de sabios en el país para que me llamaran a mí, que no soy ni teórica ni intelectual, mucho menos una sabia, sino apenas una mujer tratando tercamente de hacer películas. Acepté sin hacerme muchas ilusiones. Ya en esas, me propuse como único objetivo insistir en la educación cultural y artística desde la escuela primaria: aparte de unos cuantos poetas o novelistas de obligatoria lectura en las escuelas, nuestro pénsun ignora por completo la historia del arte, del teatro o del cine colombianos. Tengo la firme convicción de que la construcción de una verdadera identidad nacional pasa obligatoriamente por entender cómo nos hemos representado desde el arte.

El proceso fue muy interesante. Nos reuníamos una tarde cada dos semanas en la Pontificia Universidad Javeriana. Discutíamos libremente con doctores en Filosofía y en Música de esa universidad, nosotros, los de la praxis: un pintor, un músico, una gestora cultural, un exministro de Cultura, un inventor y yo, una cineasta; sin olvidar, claro está, los jóvenes de Colciencias como apoyo dentro de la metodología de la

investigación + creación (I+C). Propusimos poner todo el énfasis en la educación, procurar una formación primaria y secundaria en el mundo del arte, donde el estudiante conozca y se apropie de su cultura, de su patrimonio artístico local, regional, nacional y latinoamericano. Por ello, el documento “de los Sabios” busca una mejor educación con mayor inclusión y equidad, tal como quedó plasmado dentro de la propuesta de crear el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación. Los meses que trabajamos juntos fueron maravillosos y no tengo cómo agradecer a mis compañeros todo lo que aprendí de ellos durante el proceso.

Pero luego vino mi crisis de conciencia: ¿qué hacía yo en una comisión (llamada pomposamente “de sabios”), de la cual se espera que pensemos qué queremos para el país dentro de veinticinco años? ¿Para qué niños estamos soñando? Si los estamos matando, si entre las desalmadas guerrillas, los militares y los paramilitares los hemos convertido en carne de cañón. Si para el Gobierno los niños, retenidos a la fuerza y obligados por los violentos, son solo combatientes para aniquilar. Si a los niños indígenas, los parientes de “Jaca”, mi compañero de sabios y cuota indígena, los aniquilamos a punta de metralleta o condenándolos a morir de hambre, al fumigar sus cosechas con glifosato, ese pesticida supuestamente inocuo en palabras de la vicepresidenta, la misma que nos convocó a pensar en un mejor país. Si vamos a acabar con los campesinos, además de los indígenas, ¿pensamos un país mejor para quiénes? ¿Para los hijos del 1 % que maneja el 80 % de los recursos? ¿Para el 1 % más rico del país?

Yo quiero que oigan a los indígenas del Cauca, a los campesinos, a los estudiantes, los trabajadores y los empleados. Que oigan a las mujeres cabeza de hogar, a las madres solteras, a las adolescentes, a las mujeres violadas, a las que les impiden practicar un aborto aduciendo problemas de conciencia y a la población LGBTI, a los que están marchando y cantando. No solamente a los empresarios, a los políticos profesionales y a los gremios de la industria y el comercio.

Pienso que nuestro indeclinable compromiso como artistas es ser incómodos, hacer preguntas más que dar respuestas. No estamos para celebrar al poderoso sino para ponernos al lado del rebelde, de la víctima, del olvidado. Afortunadamente, el arte en Colombia nunca le ha dado la

espalda a nuestra realidad: todavía Alejandro Obregón nos conmueve con *La Violencia* y Francisco Norden con *Cóndores no entierran todos los días* nos recuerda los tenebrosos años de la Violencia bipartidista, tan bien puestos en escena por La Candelaria en *Guadalupe años sin cuenta*, bajo la genial dirección de Santiago García. O Miguel Torres, quien inmortaliza el holocausto del Palacio de Justicia con su magistral *Siempre viva*; o Ciro Guerra y Cristina Gallego quienes nos muestran cómo empezó nuestra tragedia del narcotráfico con *Pájaros de verano*, para finalmente llegar al sin sentido y la bestialidad de la guerra con *Monos* de Alejandro Landes.

Por mi parte, la modesta contribución que me correspondió fue la de contar los convulsos años veinte en Colombia, en torno a la figura trágica de María Cano, mujer rebelde, perseguida y luego olvidada. La misma que, con una claridad que bien podría aplicarse a nuestra tarea como artistas en medio de un país tan lleno de contradicciones e injusticias, dijo: “Yo era la consciencia de un deber para con la patria esclavizada. Y por ella combatimos, no con las armas pero sí con las ideas”.

Por todas estas razones no me sentí capaz de sentarme a compartir manteles con el presidente y la vicepresidenta, que solo oyen sus propios discursos. No quería dañarles la cena. Preferí, desde el silencio y la soledad de la creación artística, mantener alerta la consciencia, avivar nuestro juicio crítico en procura de esa paz tan esquiva, para ver si algún día podemos pasar la página de un conflicto que nos desangra hace ya demasiados años

Alfredo Zolezzi

Cuando me invitaron a participar en este consejo asesor para la Presidencia de Colombia pensé que era un error. Cuando me enteré de que ese consejo asesor se llamaba Misión de Sabios, me convencí de que no era a mí a quien se estaba invitando. Me comuniqué con la oficina de la Vicepresidencia para verificar y declinar la invitación. Sin embargo, me dijeron que no había error y que les interesaba mi *visión* y mi propuesta de *innovación con sentido* que busca conectar ciencia y tecnología con pobreza, problemática social y medioambiental. Nunca había recibido una invitación así. Me sorprendió que alguien se hubiera interesado en

mis modelos y propuestas y, más aun, las más altas autoridades de un Gobierno extranjero. Me encontré con un grupo muy diverso de grandes personas, diferentes miradas, opiniones y propuestas, todos unidos por su amor por Colombia y su gente.

Al final, solo tengo agradecimientos para la Presidencia de Colombia y cada uno de los miembros de la Misión, con quienes interactué, no solo por haber sido invitado, sino por haber sido recibido como uno más en este grupo fantástico. La innovación con sentido no solo fue escuchada, sino acogida y enriquecida.

No quisiera dejar de expresar con fuerza mi opinión: es muy importante que miremos hacia el futuro donde todas las miradas convergen. Estar permanentemente mirando hacia el pasado, donde es muy fácil encontrar lo que nos separa, impide que avancemos. Debemos aprender a romper con nuestros arraigos ideológicos y construir un modelo de futuro que incorpore nuestra mirada, pero también la de aquellos que piensan diferente y especialmente la de aquellos que nunca son escuchados.

Hoy nuestra sociedad está llena de tecnología como nunca en la historia. Sin embargo, la vida de los más pobres no ha cambiado. Se aproxima la cuarta revolución industrial. ¡Si no cambiamos los modelos obsoletos con que operamos, será la cuarta vez que los más pobres se quedan mirando!

Es importante imaginar el legado que queremos construir. Muchos confunden el futuro con un calendario o una hoja de cálculo. Al conectar ciencia y tecnología con problemas sociales que afectan a gran parte de la población, estaremos todos juntos evitando sufrimiento, estaremos trabajando con una nueva métrica inclusiva, estaremos poniendo un número a la *compasión*.

Llevar tecnología que transforme el agua disponible en escuelas vulnerables en agua segura significa hacerse cargo de un derecho humano básico no atendido, es llevar higiene, salud, dignidad y esperanza a quienes representan el futuro de Colombia, sus niños.

Gracias al Gobierno de Colombia por buscar una nueva forma de enfrentar el desarrollo, romper el *statu quo* tiene un costo, que de seguro ya están pagando, pido a Dios que les dé fuerza para persistir en esa búsqueda, la gente más pobre de Colombia se los agradecerá.

Edgar Leonardo Puentes Melo

Amo la ciencia desde que recuerdo. Tuve la suerte de que la vida me enseñara a amarla desde las artes y a entender que, desde los mundos de la imaginación y la construcción de lo posible, estas dos formas de conocimiento se encuentran y se retroalimentan de forma permanente, creando formas novedosas en la comprensión del universo. Por eso, al recordar lo ocurrido con el proceso de trabajo de la Misión de Sabios, no puedo dejar de recordar una aventura científica que siempre me ha cautivado por su significado y su fuerza como metáfora: el proyecto espacial Voyager, sin duda, una de las más grandes aventuras espaciales jamás llevadas a cabo por la mente humana. Cuando se diseñaron las dos sondas –que más tarde despegarían con tan solo unos meses de diferencia–, pocos pudieron intuir lo que al final del camino serían capaces de develar sobre los secretos del sistema solar. Era difícil anticipar el camino de un viaje lleno de preguntas e incógnitas.

Hoy, después de más de cuarenta años, este portento de la imaginación humana y de la creatividad de la comunidad científica sigue enviando información; las dos sondas continúan operando y brindándonos datos sorprendentes sobre nuestro sistema solar y el universo que habitamos, dando testimonio de sus misterios, maravillas y de nuestro profundo desconocimiento de estos.

La misión a la que fui convocado generosamente, y en la que tuve el honor de ser el coordinador de un formidable grupo de expertos de las artes y la cultura, guarda para mí un parecido emocional con la aventura del Voyager. Recordemos que la sonda pretendía monitorear un momento del cosmos y, más importante (idea de Carl Sagan), tomar una fotografía desde la distancia que pudiera hacernos comprender el tamaño de la tierra, en relación con el espacio donde se encuentra. Tal registro nos reveló lo increíblemente pequeños e insignificantes que somos en el universo, un lejano punto azul, una pequeña mota en el espacio. Sin embargo, también tuvimos la revelación de lo grande de nuestros sueños y de nuestro papel en esa inmensidad insondable.

Este viaje quedó en el imaginario humano como un momento revelador acerca de lo que significa ser una especie que siente, ama y busca comprender,

descubrir. Nos empujó a entender lo privilegiados que somos al contar con un increíble planeta, una verdadera joya capaz de albergar innumerables formas de vida y una diversidad biológica inigualable. Consecuentemente, y mucho más importante, contribuyó a hacernos conscientes de nuestro papel y responsabilidad en el respeto y preservación de esta rara y única oportunidad llamada vida.

Para mí el trayecto recorrido en estos diez meses de trabajo en la misión se parece a esa aventura. Cuando nos invitaron, intuyo, ninguno de los miembros sabía qué ocurriría, qué nos revelaría cada una de las dimensiones de trabajo de los demás focos, ni sabíamos que esta experiencia nos mostraría la riqueza del país que tenemos, las necesidades urgentes de hacerlo más vivible y justo para todos y cada uno de sus habitantes, y nuestra responsabilidad ante el mundo y ante la vida en el cuidado de los tesoros biológicos y culturales que nos fueron dados.

Aunque es tentador seguir dejándome llevar por las metáforas, deseo finalizar señalando lo que significó vitalmente para mí el trabajo de estos meses. La dimensión humana del ejercicio y el privilegio de encontrarme con un rico universo de inteligencias, voluntades, sensibilidades y perspectivas ha enriquecido mi vida y mi trabajo con tal profundidad, que resulta difícil expresarlo sin desbordarme emocionalmente. Deseo expresar mi gratitud profunda a todos aquellos que –cotidiana o esporádicamente, personalmente o mediante textos, mensajes telefónicos u otros medios– aportaron con generosidad humana, rigor intelectual y transparencia ética al reto de pensar el lugar de las industrias creativas y culturales en el marco de una Misión de Ciencia, Tecnología e Innovación.

Al entregar nuestro informe el 5 de diciembre de 2019 ante el Gobierno de Colombia, no pude menos que sentir que este es un país posible. Para estar a la altura de los sueños de los niños y las necesidades de la sociedad entera y en especial de los más pobres y vulnerables, debemos armarnos de generosidad y empeño. Al menos para mí, ha quedado claro que el potencial de la ciencia, el arte, la cultura y todas las formas de conocimiento es suficiente para hacer de este país un ejemplo para el mundo. Solo nos hace falta creer que es posible, que tenemos las personas y están dadas las condiciones.

Creo que este libro es la expresión manifiesta de que somos una comunidad que, con entereza y voluntad, trabaja día a día desde hace varias generaciones para hacerlo posible. Solo nos falta unirnos y apoyarnos. Lo necesitamos porque el país nos necesita, porque el mundo lo necesita.

Esta es una oportunidad de oro para Colombia: la misión se desarrolló privilegiando la diversidad de enfoques, formas de conocimiento, áreas disciplinares; habremos dado un gran paso, si entendemos como sociedad que nuestro aporte es la construcción desde una mirada crítica en el respeto y en la validación de la diferencia. Seguramente así podremos tener un proyecto de país que sea ejemplo para el mundo, en el que podamos avanzar como sociedad y en el que cada individuo encuentre su lugar en la realización, la posibilidad y la plenitud.



Figura 2. Integrantes del Foco de Industrias Creativas y Culturales de la Misión de Sabios 2019: Camila Loboguerrero, Eliécer Arenas, Alfredo Zolezzi, Carlos Jacanamijoy, Lina Rodríguez, Edgar Puentes, Óscar Hernández.

Introducción: las industrias creativas y culturales en el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación

Óscar Hernández Salgar

El término *industrias culturales* fue usado por primera vez de manera crítica por Theodor Adorno y Max Horkheimer en su libro *Dialéctica de la Ilustración* (1948/2018) para hacer referencia al uso de las técnicas de reproducción industrial en la creación y difusión masiva de obras culturales. El término *industrias creativas*, por otro lado, tiene un alcance mucho más amplio: surge en los años noventa en el Reino Unido y Australia para referirse a aquellas industrias “que tienen su origen en la creatividad individual, la destreza y el talento y que tienen potencial de producir riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual” (Unesco, 2010, p. 17). A pesar de la enorme diferencia que existe entre la denominación original de *industrias culturales* –con sus connotaciones negativas– y el enfoque mucho más abarcador e integrado de las *industrias creativas*, hoy en día los dos términos se usan juntos para designar “aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial” (p. 17).

Aunque las industrias creativas y culturales (ICC) en principio están relacionadas con cualquier tipo de conocimiento que resulte en alguna

forma de propiedad intelectual, en su núcleo siguen estando las actividades asociadas tradicionalmente con el *arte* y la *cultura*, más que con la *ciencia* en sentido estricto (y con el derecho de autor, más que con la propiedad industrial)¹. En este sentido, las ICC convocan formas de conocimiento que no han sido entendidas tradicionalmente en Colombia como parte del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCTI). En los últimos años, la *creación* en áreas como las artes, la arquitectura y el diseño ha ganado un espacio en procesos como la acreditación de programas o el modelo de medición de grupos e investigadores de Colciencias. Pero su papel en la generación de conocimiento sigue siendo entendido como minoritario o excepcional en relación con la investigación científica.

Es importante señalar que el país tiene una larga trayectoria en el desarrollo de políticas públicas y la adopción de marcos normativos para el impulso a la economía creativa y cultural. El sector cultural ha tenido entidades visibles en Colombia desde el siglo XIX, pero es especialmente en la segunda mitad del siglo XX cuando se empiezan a dar pasos sólidos hacia su institucionalización nacional. En 1968 se creó el Instituto Colombiano de Cultura (Colcultura). En 1982 se promulgó la Ley 23 que regula los derechos de autor y conexos. En 1997 se creó el Ministerio de Cultura a partir de la ley general de cultura (Ley 397 de 1997) y durante la década siguiente el Convenio Andrés Bello realizó varios estudios sobre el impacto económico de la actividad cultural. Estos y otros esfuerzos condujeron, entre otras cosas, a la creación de una cuenta satélite de cultura, que ha sido referente para varios países de la región y que ha constituido un punto de partida fundamental para el impulso a la economía creativa².

1 Si bien desde un sentido antropológico la ciencia es una manifestación cultural como cualquier otra, la distinción entre ciencia y cultura sigue siendo utilizada de forma cotidiana y juega un papel importante en la formación de comunidades, instituciones y políticas. Algunos elementos de esta tensión se pueden rastrear en textos como *Las dos culturas*, de C. P. Snow (2000), y *La esperanza de Pandora*, de Bruno Latour (2001).

2 La cuenta satélite de cultura es “un sistema de información económica sobre actividades culturales, basado en el Sistema de Cuentas Nacionales de Naciones Unidas de 1993 (SCN 93). Su

Por otro lado, las disciplinas creativas como las artes, la música, la literatura, la arquitectura o el diseño han tenido una presencia relevante en las universidades colombianas desde la primera mitad del siglo XX a través de programas de formación. De igual manera, el último siglo ha visto un desarrollo importante de las disciplinas humanísticas relacionadas con el arte y la cultura. Algunos ejemplos destacables son la creación de institutos de investigaciones estéticas en diferentes universidades durante la década de 1970, el proyecto del *Atlas lingüístico-etnográfico de Colombia* (ALEC) liderado por el Instituto Caro y Cuervo entre 1950 y 1982, y la fusión del Instituto Colombiano de Antropología con el Instituto Colombiano de Cultura Hispánica para dar lugar al Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH), en 1999. En casos como estos se evidencia que Colombia cuenta con instituciones y comunidades de expertos en los que la ciencia dialoga permanentemente con las artes y otras manifestaciones culturales. Sin embargo, a pesar de que en estas entidades se produce conocimiento científico relevante, su trabajo ha sido enmarcado principalmente dentro del sector cultural y su relación con el SNCTI ha sido marginal.

En efecto, aunque tanto el sector cultural como el ecosistema científico son elementos fundamentales de la transición hacia una economía del conocimiento, su desarrollo parece haber seguido líneas paralelas, con hitos muy importantes en los últimos treinta años, pero con muy pocos puntos de contacto entre sí. Esto comenzó a cambiar en 2013, cuando se constituyó la Mesa Nacional de Artes, Arquitectura y Diseño con el objetivo inicial de proponer criterios para la valoración de la producción intelectual en estas áreas, en el marco del modelo de medición de grupos e investigadores de Colciencias. Como parte de este proceso se avanzó en una

objetivo es obtener información continua, confiable y comparable, que permita el análisis y evaluación económica de las actividades culturales del país y la toma de decisiones públicas y privadas. Tiene como finalidad reunir en un cuadro contable coherente el conjunto de flujos económicos relacionados y establecer los vínculos entre las diferentes manifestaciones del campo cultural” (SINIC, s. f.).

conceptualización de las relaciones entre creación artística e investigación, se adoptaron criterios para definir en qué casos hay conocimiento nuevo en la actividad creativa y se estableció la categoría de investigación + creación (I+C) como una forma de producción de conocimiento enmarcada dentro del SNCTI (Bonilla *et al.*, 2018).

Una gran parte de esta apuesta consiste en destacar que el conocimiento producido en la creación en áreas académicas como las artes, la arquitectura, el diseño y otras similares, constituye un valor agregado para la generación de contenidos transferibles a las industrias creativas y culturales. Pero en este punto es necesario señalar que la producción cultural que nutre estas industrias no está limitada a la creación en espacios académicos, y mucho menos en universidades. Por el contrario, la diversidad cultural del país –que es la fuente de su fortaleza comparativa en las industrias creativas y culturales– se hace evidente en múltiples prácticas, saberes y formas de relación con el mundo que, si bien constituyen formas de conocimiento con potencial de aportar al desarrollo del país, trascienden el alcance del SNCTI.

En este sentido, entendemos que la creación del Foco de Industrias Creativas y Culturales dentro de la Misión de Sabios 2019 constituye, antes que nada, un llamado a articular el SNCTI con el sector cultural, bajo el entendido de que el paso a una sociedad basada en el conocimiento (o en “los conocimientos”), debe pasar necesariamente por darle un papel central al arte y la creatividad, especialmente en un momento en que estas industrias se perfilan como un escenario en el que el país puede ser competitivo a nivel global en el corto plazo.

En los últimos treinta años el país ha visto un desarrollo acelerado de las ICC, especialmente en sectores cinematográfico, editorial y fonográfico. Muchos de estos avances se deben en gran medida a la promulgación de leyes que incluyen instrumentos concretos de fomento. La ley del libro (Ley 98 de 1993), por ejemplo, impulsó decididamente la industria editorial al permitir la importación sin aranceles, o con aranceles mínimos, de papeles y otros insumos necesarios para la producción de libros. La ley de cine (Ley 814 de 2003) creó el Fondo de Desarrollo Cinematográfico y una

serie de estímulos tributarios que han disparado el volumen y la calidad de la producción nacional. Como resultado de dicha ley, para el 2003 se proyectaban hasta 14 estrenos de cine nacional por año, sorprendiendo hoy con cierres anuales de cuarenta y cinco estrenos, alcanzando durante el primer semestre de 2019 la suma de \$ 16 707 millones en recaudo de cuota para el desarrollo cinematográfico, un 16,7 % más con respecto al primer semestre del 2018 (Proimágenes, 2019).

A pesar de lo anterior, entre 2014 y 2018 el aporte de la economía creativa al PIB se mantuvo entre un 1,8 % y 2 %, y no mostró señales de aumento (DANE, 2019, p. 15). El Gobierno nacional ha formulado una serie de lineamientos e incentivos adicionales a partir de la ley naranja (Ley 1834 de 2017), con miras a que el aporte de la economía creativa llegue al 6 % del PIB. Sin embargo, estas ayudas no han sido conocidas y apropiadas por la mayoría de los actores del sector cultural, como se evidenció en los talleres realizados a lo largo de 2019 en el marco de la Misión de Sabios. Existe una percepción extendida de que los estímulos de la “economía naranja” están dirigidos principalmente a empresas consolidadas y grandes capitales, y difícilmente son aprovechables por parte de comunidades de creadores y pequeños productores culturales. Esto amenaza con abrir una brecha entre los procesos de generación de contenidos locales –que son los que pueden hacer competitiva a la industria– y su articulación con procesos de generación de valor económico.

En este marco, consideramos fundamental entender la generación de contenidos culturales como una forma de producción de conocimiento especializado que cumple dos funciones: por un lado, potencia las posibilidades de expresión de las identidades culturales del país, generando sentidos de pertenencia y aumentando nuestro acervo patrimonial. Por otro lado, abre posibilidades para el mejoramiento de la calidad de vida a través del aprovechamiento económico de la producción cultural. Las recomendaciones y propuestas desarrolladas a lo largo de este libro apuntan a que Colombia pueda encontrar en las ICC un motor de desarrollo que articule estas dos funciones de manera equilibrada y sostenible durante los próximos treinta años.

uno

Relatorías de las sesiones del Foco de Industrias Creativas y Culturales



Introducción

Edgar Leonardo Puentes Melo

Óscar Hernández Salgar

Eliécer Arenas Monsalve

Los textos que aquí se presentan fueron contruidos a partir de los insumos de las sesiones de trabajo del Foco de Industrias Creativas y Culturales de la Misión de Sabios, realizadas entre febrero y diciembre de 2019. Para organizar la recolección de información y las discusiones sobre diagnósticos y propuestas, se definieron nueve ejes temáticos:

1. Valor simbólico e identidad cultural
2. Generación de contenidos
3. Educación en las industrias creativas y culturales (ICC)
4. Circulación, visibilidad y apropiación
5. Articulación entre creadores e industria
6. Integración de cadenas de valor
7. Infraestructura y tecnología
8. Regulación
9. Información

Para cada uno de estos ejes se recogió información de documentos académicos y de política pública, se realizaron talleres con universidades, comunidades, empresarios y entidades estatales, y se recogieron aportes de expertos en el campo.

Aunque las principales conclusiones del trabajo y las propuestas del foco ya fueron incluidas en el informe consolidado de la Misión de Sabios entregado al presidente de la República en diciembre de 2019, consideramos importante dejar un testimonio de las trayectorias conceptuales, emocionales y relacionales que animaron el trabajo durante los trescientos días de la misión.

Los textos que siguen –que son la síntesis de las relatorías hechas por Eliécer Arenas Monsalve– permiten identificar las principales líneas de discusión que mantuvieron los integrantes del foco con la sociedad, la academia y el sector cultural, artístico y productivo³.

Más que un producto académico terminado, este documento debe entenderse como el relato de un sinuoso itinerario para establecer un lugar para las ICC en el SNCTI, que trata de no desdibujar las idiosincrasias particulares y los elementos característicos de los mundos del arte y la cultura. Asimismo, este documento es producto del esfuerzo del grupo de trabajo por entender y apropiarse de las oportunidades que el nuevo escenario abre para las artes, la I+C, la cultura y el desarrollo del sector.

Esta recopilación está concebida, en consecuencia, como una carta de navegación para que los agentes culturales y artísticos encuentren nuevas vías para abordar temas clave en los cuales hay urgencia de profundizar, y que hoy son de conocimiento de expertos.

Cada apartado, que está dividido en subtemas para facilitar su lectura, ofrece un mapa de recorridos posibles sobre asuntos puntuales. Eventualmente pueden convertirse en un material pedagógico para quienes deseen aproximarse a la complejidad de las temáticas, y para que puedan comprender la urgencia de democratizar los términos de esta discusión con el conjunto del sector y del país.

3 Entre los meses de febrero y agosto de 2019 el Foco de Industrias Creativas y Culturales realizó dieciséis talleres en ocho ciudades del país con la participación de once universidades. A estos talleres asistieron más de 1200 personas en total. Más información sobre este proceso se presenta en el anexo 2. Metodología (en la página 223).

Como se podrá observar, los recorridos propuestos se imbrican y presentan repeticiones y desvíos. Esto se debe a que, dentro de marcos y discusiones diferentes, cada nueva aproximación sugería énfasis, permitía añadir matices o situar lo dicho previamente. Por esta razón no hemos omitido algunas recurrencias en los diferentes apartados temáticos, puesto que son aquellos que fueron considerados más importantes para alcanzar los objetivos de la misión o que fueron entendidos por los comisionados como asuntos de urgencia manifiesta. Estas reiteraciones dan cuenta de las preocupaciones del foco en el conjunto de la misión y permiten comprender cómo se expresaron en los capítulos correspondientes a las propuestas, la participación de las ICC en las misiones emblemáticas y en la iniciativa de Viveros Creativos.

Aunque el trabajo del Foco de Industrias Creativas y Culturales trascendió su espectro temático, estos textos dan testimonio de la voluntad de comprender el conjunto de problemas que la misión invitaba a considerar. Esperamos que su lectura sea estimulante para quienes deseen acercarse a los diversos escenarios que estos temas convocan en el presente de la política nacional y, especialmente, para construir juntos el futuro del país.

Valor simbólico e identidad cultural

Necesidad de promover el intercambio cultural inter e intrarregional

Si bien muchos proyectos de desarrollo económico y social alientan y promueven las alianzas entre diversas regiones del país, el *intercambio cultural interregional* no ha sido considerado como una acción estratégica y fundamental para la integración nacional y como una vía de desarrollo sustentable para las regiones. Este parece ser un momento propicio para posicionar el tema en la agenda de futuro que la Misión de Sabios tiene la tarea de proyectar.

Vivimos un momento en el cual hay escepticismo mundial sobre la capacidad de la clase dirigente para liderar transformaciones significativas y donde la polarización política aumenta. En estas circunstancias, los

activos culturales del país emergen con fuerza como mediadores simbólicos con alta capacidad de incidencia para ayudarnos a transformar la manera como nos vemos a nosotros mismos y para mediar las relaciones humanas. Estos recursos de la cultura son auténticas fuentes de creatividad que surgieron al amparo de los ecosistemas biológicos, los entrecruzamientos étnicos y culturales, y la ocurrencia de diversos procesos históricos. Ellos representan alternativas de integración que deben ser objeto de una planificación sistemática de largo plazo que permita visibilizarlos, potenciarlos y ponerlos en relación recíproca.

No obstante, una de las principales dificultades que hemos tenido para apreciar en profundidad la creatividad social expresada en diversas formas –como la música, la gastronomía, el lenguaje, las corporalidades, las cosmovisiones y los usos y costumbres que pululan en el país, y que nos hacen un ecosistema exquisitamente variado y rico– es que las hemos considerado desde un punto de vista folclórico o pintoresco, como exotismos y desvíos de una aparente norma cultural que se da por sentada y que se considera natural y obvia. Al reducir las a producciones regionales que simplemente muestran “la diversidad” se pierde de vista que todas ellas representan expresiones del país entero, que son sofisticadas manifestaciones de la geografía emocional y expresiva que nos caracteriza, nos construye y nos interpela. Es necesario reivindicarlas como universalismos regionales, como corpus de conocimientos claves para promover un cosmopolitismo situado, es decir, una comprensión de mundo cimentada en un conocimiento profundo de nuestros propios recursos, y a la vez abierto y en contacto pleno con referentes históricos e internacionales de diversa índole.

Fomentar esta actitud abierta al mundo, pero situada en un conocimiento profundo de las posibilidades de lo local, nos permitirá estar en capacidad de transar con una moneda fuerte en los mercados simbólicos, sin el peligro de desdibujar nuestra racionalidad estético-expresiva ni quedar reducidos a meros consumidores de la masiva producción de contenidos culturales de los mercados globales. Adicionalmente nos permitirá conocernos más ampliamente. Este momento es determinante: si la diversidad en el pasado ha generado temores, es hora de que comience a despertar empatías y complicidades admirativas.

Desafíos y condiciones de maximizar la interculturalidad

Para incentivar y ampliar los contactos interregionales y maximizar la interculturalidad, es imprescindible ahondar en la historia cultural común, mejorar las redes de integración entre actores claves, fortalecer los mecanismos de intercambio, consolidar infraestructuras que propicien su encuentro y generar políticas de integración, producción y circulación cultural interregional. Estamos en un momento donde podemos reivindicar la necesidad de la experimentación intercultural y el intercambio. Es hora de apostar por poner en escena una pluralidad de proyectos colectivos articulados de modos no jerárquicos por procedimientos de traducción intercultural (Santos, 2009), impulsados por los propios agentes regionales, donde tengan un lugar preponderante los sabedores de dichas tradiciones.

Esa base común debe abordarse como parte de la educación artística, como sugirió Camila Loboguerrero, una formación que debe estar cimentada en el conocimiento y análisis de la historia cultural del país. Las cátedras de cine y nación, música y nación, teatro y nación, historia cultural de la televisión colombiana, historia social de la radiodifusión, entre otras, pueden convertirse en alternativas agenciadas por la institucionalidad educativa y cultural, y servir de motores temáticos para convocatorias de fomento y estímulos en diferentes modalidades.

Requerimos una ciudadanía mejor formada culturalmente, más abierta y sofisticada. Hay que entender que la ciudadanía jurídica no basta, es incompleta si está vacía de los referentes que aporta una educación cultural común. Participar en una cultura es precisamente eso: “la conciencia de formar parte de un mismo mundo, con referencias comunes y una historia común” (Finkielkraut, 2008, p. 90).

Si durante décadas hemos ignorado el patrimonio cultural interno, es el momento de asumirlo a fondo como “un tesoro intangible”, como lo llamó Carlos Jacanamijoy en nuestro primer encuentro, pues lo hemos mirado como un exotismo arcaizante, desperdiciando su enorme capital simbólico y desconociendo que se trata un archivo vivo, decantado por varias generaciones de colectivos humanos que consolidaron unas formas de comprensión del mundo y unas estéticas y sensibilidades que son nuestra herencia. Son matrices culturales fundamentales para entender

el territorio, para encontrar sentido vital, y son estímulo para proyectos creativos que tengan alcance universal. Se trata de darnos la oportunidad de poner a dialogar la creatividad individual con las manifestaciones creativas colectivas más potentes de nuestra historia.

Reconocer las multitemporalidades para vencer prejuicios

En los próximos treinta años tenemos el reto de superar los prejuicios que nos impiden ver que la riqueza del país anida, en buena medida, en la multiplicidad de temporalidades que convergen en la contemporaneidad, no en términos de oposiciones entre arcaísmos y vanguardias, sino en el hecho indudable de que vivimos en una *heterogeneidad multitemporal* (García Canclini, 1999). Esa heterogeneidad es resultado de los cruces e hibridaciones propios de la coexistencia de formaciones culturales originadas en diferentes épocas, todas actuantes y presentes en la cotidianidad, cuya interacción da el perfume característico a la producción cultural colombiana. Lejos de ser meros anacronismos, muchas de esas temporalidades ofrecen vías alternativas para encarar los desafíos de la modernidad.

Estos enclaves culturales han tenido una presencia fundamental en la historia política y cultural del país por su rico anclaje territorial. Sus campos de influencia han permeado las fronteras regionales y se han introducido en el imaginario de la nación, a veces a despecho de las versiones oficiales de la identidad nacional⁴. Las diásporas internas derivadas

4 Dice Katya Mandoki (2007): “La nación es cultural, mientras el Estado es administrativo y territorial y depende de sus habitantes en el quehacer ciudadano con sus derechos y obligaciones establecidos por la Constitución. Al Estado le compete garantizar la distribución equitativa de la educación de los ciudadanos para su desempeño cívico y profesional, pero no su cultura, como tampoco le compete su religión ni su género. Si el aparato de Estado produce identidades rubricadas en actas de nacimiento, censos, credenciales y pasaportes, las identidades nacionales se ejercen a través de modos de vida, de hablar, cantar, comer, vestir y bailar, hábitos, valores y escalas de prioridades que se contagian en dirección vertical y horizontal por paternidad o vecindad (pues eso es cultura: lo que se cultiva)” (p. 201).

de las diversas violencias que hemos padecido y seguimos activando, el desempleo, los exilios forzados por el afán de progreso y la búsqueda de ascenso social, también han contribuido a hacer de este país un territorio híbrido y multicultural, en donde diferentes formas de ser se contagian y se mezclan de maneras creativas y desconcertantes, configurando el escenario de desmesura con el que Gabriel García Márquez (1996) ha identificado nuestra idiosincrasia.

Las comunidades en los nuevos esquemas de desarrollo regional

El gran desafío en las próximas décadas será lograr poner en marcha, en diferentes escalas y en diferentes ámbitos, modelos de relacionamiento que no promuevan apropiaciones indebidas de los patrimonios culturales pero que, al mismo tiempo, creen condiciones para proyectos de inversión capaces de capitalizar sus posibilidades como motores del desarrollo interregional.

Se trata de propiciar encuentros que permitan la traducción intercultural y propicien condiciones que –al tiempo que se produzcan nuevas mutaciones, dislocaciones de sentido y transformaciones– estimulen el surgimiento y la consolidación de nuevas formas de sociabilidad basadas en el reconocimiento y valoración de las legítimas y variadas formas de habitar y de dar sentido que convergen en el país, y que son tan necesarias para buscar y mantener la paz en el territorio nacional, como enfatizó Ramiro Osorio.

Es preciso estudiar las condiciones políticas, técnicas, financieras y normativas que –en el nivel nacional, departamental, regional y municipal– alienten una promiscuidad cultural interregional creativa y promisoriosa, en la que extraños e íntimos, nativos y recién llegados, propicien un viraje hacia un tipo de relación de doble vía –de intercambio, de aprendizajes, perspectivas y beneficios compartidos–. En este propósito la inequidad del poder debe ser vigilada para no desfavorecer los más débiles de la ecuación, quienes históricamente han sido, paradójicamente, los dueños naturales del patrimonio cultural.

Se requiere entonces la formulación de políticas que favorezcan la proliferación de iniciativas que promuevan la creatividad cultural del país. Se trata de consolidar la estructura del sector público y dotarlas de recursos, de estimular las iniciativas privadas y promover la racionalidad solidaria y redistributiva del llamado tercer sector. El carácter comunitario de muchas de las manifestaciones culturales más significativas del país –que son una alternativa humanista, democrática y participativa– recuerda que hay muchos espacios de creación cultural sin interés comercial que requieren de políticas afines a sus lógicas y propósitos.

El diálogo con las comunidades y el respeto por su autonomía serán claves para que estos desarrollos sean orgánicos y de alta incidencia.

Educación artística y cultural: hacia un modelo transdisciplinario y transcultural

La equidad en la oferta de formación artística y cultural –en todos los niveles, ámbitos y modalidades– es una condición central del desarrollo, como ya lo señaló la Misión de Sabios de 1994 (Presidencia de la República, 1996).

En efecto, la educación ha demostrado ser un factor clave para crear las condiciones para los cambios culturales de hondo calado. La concentración de oferta de formación de alta calidad en pocas ciudades, y el hecho que en muchos departamentos no haya posibilidad de formación técnica en áreas artísticas y culturales, dificulta el logro del objetivo propuesto. La oferta educativa de calidad –formal, no formal y aquella ligada a los procesos de trabajo y desarrollo humano– es un factor de alta incidencia, pues la participación en actividades y consumo culturales están en relación con el nivel de comprensión de lo que estas expresiones ponen en juego. Estar expuesto a la lectura, el teatro, la música, la danza, las exposiciones, etc., y a todas las manifestaciones plurales propias de la cultura popular y masiva, permite acceder a los códigos de recepción y “lectura” (Martín-Barbero, 1999) que requieren aprendizajes formales tanto como el intercambio e interacción entre sujetos en los contextos adecuados. En suma, se requiere promover un modelo de educación ampliada, entendida como contacto con la cultura viva y con las condiciones contextuales que le dan sentido. Garantizando la exposición a diversas

formas de producción cultural –que es uno de los elementos claves tanto para la cualificación de la producción cultural y artística como para la sofisticación de la recepción y la experiencia de su asimilación–, crearemos condiciones de surgimiento de una ciudadanía multicultural, situada y consciente de sus recursos y posibilidades, una ciudadanía que se puede mirar a sí misma con aprecio, capaz de ver sus diferencias como riqueza y no como una anomalía. Estos logros tienen como condición ineludible las garantías para ejercer la libertad creativa y crítica, que han sido propias del arte y la cultura durante siglos, y que se expresan por igual en el carnaval, la fiesta o los productos de la “alta” cultura.

En los tiempos que corren, cada vez es más claro que la creatividad, el trabajo en equipo y la capacidad de adaptación a entornos cambiantes son algunas de las cualidades más apreciadas en el exigente y competitivo mundo laboral contemporáneo. Por ello, promover un modelo de formación artística y cultural transdisciplinaria y transcultural es una estrategia adaptativa inteligente y de alto impacto, que es homóloga a lo que en biología se conoce como *polinización cruzada*, es decir, un modelo de transporte de recursos, ideas, modelos de creación, temáticas, enfoques, experiencias, estrategias, etc., de un plano cultural a otro, de una disciplina a otra y de una región a otra. Como lo expresó Óscar Hernández, estos traslados de conocimientos y esta ampliación de los horizontes nos permiten contemplar los límites del pensamiento propio (tanto a nivel individual como colectivo) y hacernos conscientes de la necesidad de apertura a otras expresiones y al reconocimiento de sus eventuales aportes al proyecto propio, así como la aceptación de las diferencias que sustentan esas formas de conocimiento y expresión y les confieren su validez y su sentido⁵.

5 “García Canclini ha observado que no basta con definir la cultura como los procesos de producción, distribución y consumo de la significación, sino que hay que observar cómo se constituyen las culturas a partir de la diferencia y la interacción con otras, de ahí que la intervención en los puntos donde se producen los encuentros interculturales se constituya en el centro de las políticas culturales de nuestro tiempo” (Nivón, 2012, p. 24).

Aunque suele haber consenso en que la exposición a una oferta cultural monolítica u homogénea, como la que en algunos campos ofrecen los medios masivos, nos da una imagen limitada y parcial de la riqueza cultural del mundo y de las opciones que están a la mano para emprendimientos existenciales, profesionales y económicos, resulta menos clara la desventaja de desconocer la producción cultural interna, tan rica y variada, que en sí misma es un microcosmos de materiales, ideas y valores susceptibles de transformaciones creativas inimaginables. En ese sentido, además del énfasis en la educación, se requiere una discusión amplia acerca del papel de los medios de comunicación masiva, el rol de la programación cultural, el lugar de las universidades como difusores de programación y contenidos culturales. Así, estaremos en capacidad de proporcionar alternativas plausibles y eficaces en esta materia si tenemos claridad sobre los ciclos de producción cultural regionales, estimulando las condiciones necesarias para tornarlos accesibles y eficaces y atendiendo a cada momento el conjunto de mediaciones que se requiere para ponerlos en circulación.

Las artes y la cultura deben ser comprendidas en sus propios términos, pero es urgente una amplia discusión sobre su relación con las demás dimensiones de la sociedad

Los bienes simbólicos del mundo de las artes y la cultura requieren ser comprendidos en sus propios términos. Con ellos estamos en el mundo de la significación, el sentido y el discurso, pero también en el escenario de las corporalidades. En ese mundo tratamos con asuntos de orden lógico-matemático y, al mismo tiempo o en paralelo, estamos inmersos en la esfera expresiva y emocional. Habitamos el mundo del mito y del logos. Se trata de un universo que nos permite reconocernos como individuos singulares con una dimensión privada e íntima, pero también como seres sociales, inmersos en experiencias colectivas. Un desarrollo transformador integral, donde el desarrollo humano y el bienestar de la población nacional ocupen un lugar preponderante, no puede desconocer lo que las artes promueven y desarrollan. Por estas consideraciones, la sociedad colombiana debe disponer recursos y estrategias para valorar este conjunto

rico de experiencias, que son claves para el florecimiento humano que las artes y la cultura hacen posible (Nussbaum, 2011), reconociendo que están disponibles para ayudarnos a comprender y potenciar las capacidades humanas de nuestra vida en sociedad.

Entre muchas otras, las experiencias artísticas y culturales resultan determinantes para realzar nuestra experiencia inmediata, y para mantener vivo el poder de experimentar el mundo en su plenitud (Dewey, 2008). Afinar los sentidos, pensar, imaginar, crear, diferenciar, expresarse, hacer con otros y expresar preocupación y cuidado por ellos, participar de diversas formas de integración, reconocer la singularidad propia y la de los otros, son algunas de las cualidades que nos preparan para vivir la vida social con mayores recursos, para ser miembros más cualificados y competentes de la sociedad nacional y seres más conscientes de pertenecer a la comunidad humana⁶.

La literatura, el cine, los saberes humanísticos, las músicas, las artes populares, y la enseñanza constituyen, como sostiene Nuccio Ordine (2013), “el líquido amniótico ideal en el que las ideas de democracia, libertad, justicia, laicidad, igualdad, derecho a la crítica, tolerancia, solidaridad, bien común, pueden experimentar un vigoroso desarrollo” (p. 30). Permitir que florezcan es crear condiciones para el desarrollo más importante y fundamental al que puede aspirar el país, y al que quizás no hemos prestado toda la atención que merece: el desarrollo de sus gentes.

6 “Todas las formas de cultura popular ofrecen la oportunidad de reflexionar provechosamente sobre nuestra vida emocional y la de los demás” (Hesmondhalgh, 2015, p. 49). El mismo autor, siguiendo la estela de Raymond Williams, enfatiza en que las formas de la cultura popular, y la música popular en particular, siempre están inmersas en complejas redes de significación y afecto, con gran potencial emocional por su combinación intertextual, y su capacidad para alimentar la interioridad. No obstante, no se trata solamente de valorarlas por su capacidad para el autoenriquecimiento personal, el cultivo de sí o la fruición estética, sino destacar su dimensión política, contestataria y movilizadora de ideas críticas sobre el mundo.

Repensar colectivamente la relación entre economía y cultura

El futuro del país en los próximos treinta años va a depender, en buena medida, de lograr un consenso acerca del manejo de las relaciones entre economía y cultura, campos intelectuales y formas de imaginación social que han experimentado cambios sustanciales a lo largo del siglo XX y en lo que va corrido del XXI. En esa perspectiva, una tarea fundamental para el desarrollo del país consiste en garantizar que la deseada prosperidad económica impulsada por el sector cultural y creativo no se logre a expensas de la sostenibilidad cultural ni de la libertad creativa. Como han señalado Germán Rey y Marisol Cano:

Frente a las urgencias, diversidad y especificidad formativa de las industrias creativas, no hay que perder de vista que el territorio de la cultura es el territorio de la crítica, de la impugnación, de mostrarle a la sociedad sus anomalías y nuevas posibilidades. La cultura es incómoda. Y ese territorio debe valorarse y respetarse. Las miradas instrumentales o economicistas (y hoy tecnicistas) restan espacio a la crítica. Aquí hay muchas preguntas por hacerse cuando estamos hablando de formación de industrias creativas. Por tanto, no hay que perder de perspectiva la importancia de asegurar que las universidades sean espacios de pensamiento, de generación de nuevo conocimiento, de reflexión, de experimentación, y que ello implica unos tiempos y unos ritmos que es importante respetar. (Rey y Cano, 2019, p. 1)

El tema es de máxima importancia y tiene implicaciones para nuestra comprensión del papel del sistema educativo universitario en estas áreas. De momento, hay que enfatizar que, en las condiciones de nuestro complejo y rico ecosistema cultural, las políticas de fomento de las industrias creativas y culturales deben *incorporar nociones de valor cultural* dentro de los resultados que pretenden alcanzar.

Aunque el valor que una comunidad asigna a sus referentes de identidad colectiva pueda oscilar –desde posturas que sostengan el valor intrínseco de los objetos, sus cualidades estéticas, artísticas o su trascendencia histórica, hasta otras de cuño más antropológico que reparen en que dicho valor es cambiante, contextual y determinado por consideraciones

relativas a las representaciones que las comunidades construyen acerca de sí mismas–, la discusión sobre la importancia del valor cultural debe estar siempre en primer plano, ha de ser conceptualizada y considerada una variable fundamental en cualquier planteamiento relacionado con la economía de la cultura.

En esa misma línea, David Throsby (2001) ha sugerido que el valor estético, el valor social, el valor histórico, el valor espiritual, el valor simbólico o el valor de autenticidad de un objeto, proceso, o experiencia cultural, son criterios útiles para desagregar el elusivo concepto de valor cultural, haciéndolo más operativo y funcional para proponer una política o establecer metodologías de evaluación de impacto en casos específicos.

Sea como fuere, la búsqueda de un sano equilibrio entre el valor económico y el valor cultural es determinante para cuidar el acervo cultural del país a mediano y largo plazo. Para reconocer el cuidado del capital cultural es necesario garantizar el funcionamiento de todo el entramado social, biológico y económico –puesto que estamos tratando con un fenómeno en el que todas las partes son interdependientes y están interconectadas–, para lo cual es fundamental garantizar 1) *equidad intergeneracional*, es decir la equidad en la distribución entre varias generaciones del bienestar, la utilidad o los recursos (Throsby, 2001); 2) *equidad intrageneracional*, es decir el derecho de la generación actual a un acceso justo a los recursos culturales y a los beneficios que manan del capital cultural⁷; 3) *mantener la diversidad* para acatar *el principio de precaución* según el cual las decisiones que puedan conducir a cambios irreversibles deben enfocarse con extrema precaución y prudencia.

7 “De hecho, se puede sugerir que, en el campo cultural, cuestiones como la distribución de los recursos naturales, el acceso a la participación cultural, la provisión de servicios culturales para grupos minoritarios o desfavorecidos, etc., son aspectos de la equidad o la justicia en la conducta de la vida cultural que se pueden dejar de lado en el intento de alcanzar resultados eficientes. El principio de equidad intrageneracional, por lo tanto, requiere que se preste atención a estas cuestiones, si es que se quiere alcanzar un uso sostenible de los recursos culturales” (Throsby, 2001, p. 70).

En este punto, lejos de ser una licencia poética, es pertinente hacer un paralelo entre el cuidado de los ecosistemas naturales y los ecosistemas culturales. En efecto, cuando nos referimos a los recursos renovables y no renovables, al cuidado de los ecosistemas que protegen suelos, recursos hídricos y la calidad del aire, o cuando hacemos referencia a la necesidad de preservar la reserva genética de un territorio, estamos aludiendo al cuidado de un legado, a la protección del producto del trabajo previo de generaciones anteriores, ante el cual un imperativo ético es insoslayable: debemos ser administradores responsables de la herencia de las generaciones venideras, cuyos derechos deben ser tenidos en cuenta en las decisiones que eventualmente supongan riesgos a la pervivencia de esos bienes.

Análogamente, los ecosistemas culturales son archivos en permanente transformación, son matrices simbólicas ligadas a visiones ancestrales o tradicionales encarnadas en las prácticas de seres humanos concretos más que en los objetos mismos; son un legado objetivado en oficios, técnicas, estéticas y comprensiones de mundo integradas en territorios concretos de la vida cotidiana. Su cuidado mezcla la necesidad de un conocimiento profundo porque, como ha señalado Carlos Vives en algunos espacios, “no se puede amar ni se puede cuidar lo que no se conoce”. Hacer uso prudente debe garantizar que las generaciones futuras puedan disfrutarlos y tener claridad sobre las condiciones de su sostenibilidad.

Dicho lo anterior, es nuestra tarea definir responsablemente el papel de la cultura en la conquista de la meta impostergable de crecimiento económico y la inserción eficiente y solidaria en el mundo global. Para lograr un crecimiento continuo, incluyente y más equitativo, objetivos que reconocemos como plausibles y deseables, es fundamental contar con información completa y con estrategias contables adecuadas al carácter de los bienes simbólicos. Bienes que, en buena medida, tienen que ver con el bienestar de los ciudadanos, con la vida y con la salud mental, en la medida que contribuyen a la generación de capacidades y abren posibilidades fértiles en otros campos de la vida social.

Generación de contenidos

Contenido cultural

El contenido cultural ha sido definido por la Unesco (2005, artículo 4.2) como “el sentido simbólico, la dimensión artística y los valores culturales que emanan de las identidades culturales o las expresan”. Esta definición general y abstracta resulta muy poco operativa en el día a día de los actores de las industrias creativas y culturales. En ese contexto, contenido cultural es aquello que puede ser objeto de protección y transacción económica. Como puede apreciarse, estas dos definiciones se basan en supuestos tan alejados entre sí que no son fácilmente reductibles o traducibles de una lógica a otra.

En el mismo sentido de la definición de la Unesco, el contenido cultural es una producción que bebe de las identidades culturales, cumple funciones de integración simbólica y territorial, y tiene la doble función de fortalecer e interrogar la identidad. Surge de individuos o colectivos y, en su enorme variedad, da cuenta de la diversidad cultural y del tiempo específico en que surge.

En el otro sentido, un contenido cultural se concibe como una producción material o inmaterial desarrollada por un equipo de personas organizadas en una red de roles y funciones complementarias, que tiene el potencial de ser protegido por el sistema de propiedad intelectual. Cada momento de la red de producción, o eslabón de la cadena, agrega valor y acumula capital cultural.

¿Quién tiene la potestad de determinar si algo es o no un contenido cultural? Una definición operativa en un sentido más antropológico señala que contenido cultural es aquello percibido como tal por la comunidad que lo apropia. Esta definición destaca que el contenido es fruto de una transacción simbólica en la cual son fundamentales las personas que le dan sentido, lo apropian y lo utilizan como un medio de expresión de su identidad o para diferenciarse de otros grupos sociales. Vistos desde esta perspectiva, los contenidos culturales tienen alta relevancia social porque materializan formas de ver el mundo, darle sentido y operar en él, que revelan la enorme capacidad de los seres humanos de interpretar la realidad.

El fomento de los contenidos culturales

En principio, es importante fomentar todos los contenidos culturales, especialmente aquellos que de manera transversal sean de interés para un público masivo y “general”. Sin embargo, hay que tener en cuenta que no todo contenido cultural es de amplio espectro, muchos presentan perfiles acotados y específicos, como aquellos orientados a prácticas profesionales o a las aficiones o *hobbies*.

Desde el punto de vista de la estabilidad de las industrias y su desarrollo, sería conveniente apoyar los contenidos que tengan altas posibilidades de viabilidad y factibilidad, es decir, que favorezcan el crecimiento de la industria y generen estabilidad económica y laboral. Desde esta lógica convendría privilegiar aquellos contenidos que tengan potencial de crecimiento, aquellos que sean transferibles y originales.

No obstante, desde el punto de vista del favorecimiento del ecosistema cultural, sería necesario fomentar la diversidad cultural con aquellos contenidos que contribuyan a proyectar identidades, es decir, aquellos que sean relevantes para un territorio o un colectivo. Esta perspectiva reconoce que la diversidad y la pluriculturalidad se apoyan no solo fomentando la producción de contenidos, sino también favoreciendo y reconociendo la diversidad puesta en juego en su apropiación.

Estas reflexiones convergen en la idea de que se debe fomentar todo contenido que represente valor para terceros. Los contenidos son importantes por la satisfacción e identificación de comunidades endógenas, y como medio para establecer contacto con terceros, pues solo de esta manera se genera valor colectivo e impacto social.

Calidad

En diferentes eslabones de la cadena de valor se privilegian diferentes criterios de calidad. Los creadores tienden a darles más peso a valores estético-expresivos; los productores a la calidad técnica de acuerdo con los estándares de su campo; los intermediarios mercantiles al potencial de retorno económico; y los intermediarios de consumo, a las preferencias del público (De Propriis y Mwaura, 2013, citados por Lado B, 2016).

Las diferencias de criterios de calidad entre los miembros de una cadena productiva muestran diferencias significativas en la percepción del valor social, cultural o económico de un contenido o producto específico. En ese sentido, podría pensarse que las diferencias de criterio son un obstáculo que debe superarse.

Las diferencias de criterios de calidad en apariencia incompatibles ocurren porque cada eslabón de la cadena de valor responde a su especialidad, rol y campo de interés profesional. La intensidad de las diferencias varía dependiendo de los interlocutores de la conversación. Por ejemplo, entre creador y productor puede haber una tensión tal, que fuerce a realizar una *ecualización* que, según José Jorge de Carvalho (1996), es lo que ocurre cuando cierto estándar técnico se impone con el objetivo de homogeneizar o aplanar las narrativas y los lenguajes para adaptarlos a una norma establecida previamente.

En otros momentos se pueden producir tensiones entre familiaridad y disrupción. Ocurre, por ejemplo, cuando aquellos eslabones donde prima la búsqueda de valor económico –ampliación de mercado o maximización de cobertura– hacen una exigencia implícita o explícita de disminuir el riesgo. En tal caso, la libertad creativa puede quedar constreñida cuando se exige un producto con altos niveles de familiaridad, inhibiendo el potencial disruptivo de determinados contenidos creativos.

Entre el intermediario mercantil y el de consumo puede ocurrir otro tipo de tensión. En la medida que el primero no está en contacto con el destinatario final ni ha hecho investigación de mercados, su forma de seleccionar los contenidos no atiende el factor cultural del gusto o la apropiación social, que es el criterio central de calidad del intermediario de consumo.

Estas y otras tensiones son inevitables pero no necesariamente negativas, especialmente si se reconoce que toda la cadena interviene de una forma u otra en el proceso de creación, bien sea enviando señales de mercado, modificando la vía de acceso al producto o modificándolo.

En los procesos de producción cultural, es esperable que cada una de las partes de la cadena de valor pujan por sus intereses. Aunque en ciertos momentos insistan en la conveniencia de asumir sus criterios

de valor y calidad en forma prioritaria –y controviertan la idoneidad o pertinencia de otros criterios de miembros de la cadena–, todos cumplen un rol importante en la curaduría final del producto. Todos agregan valor y complejizan los criterios de calidad.

La generación de contenidos, por tanto, no descansa ni se agota exclusivamente en la figura del creador, sino que se extiende a través de toda la cadena de valor. El objeto estético o el producto cultural no consisten solamente en el artefacto tangible sino en los valores que adquiere a través de su circulación por los eslabones de la cadena y, de manera muy importante, por su apropiación por un grupo humano o un individuo. Los ejemplos abundan.

Aunque todos sabemos que Joanne Rowling es la autora de *Harry Potter*, su éxito mundial no se explica solo por su talento como creadora de historias. Esta obra ejemplifica de modo magistral la transformación del producto a través de todos los procesos y la multiplicidad de derivados potenciales que surgen cuando toda la cadena de valor pone su impronta y saca partido a las tensiones de las que hablábamos. Aunque es verdad que en otros proyectos esto es menos visible o espectacular, esta dinámica no deja de estar presente. Todos los procesos son fundamentales en la cadena y es la sumatoria de aportes la que permite lograr la “obra de calidad óptima”.

Por ello es recomendable reconocer y validar el aporte creativo de todos los eslabones de las cadenas productivas pues, en último término, toda creación es en alguna medida colectiva. La mejora sustantiva de la calidad se da gracias al acumulado de énfasis, criterios y enfoques que aportan cada uno de ellos.

Con la intención de fomentar la producción de un determinado sector del arte o la cultura, a instancias de la política pública, se han creado planes, programas y proyectos que ofrecen estímulos a la creación. No obstante, algunas experiencias del propio sector, como ocurrió con la ley de cine (Ley 814 de 2003), han demostrado que al valorar, posicionar y fortalecer los trabajos menos visibles de la cadena de valor se termina favoreciendo la producción con mayores niveles de calidad. Sin fortalecer la exhibición, la distribución, el mercadeo, etc., habría sido imposible

conseguir un compromiso transversal de tantos actores en la pujante industria cinematográfica del país. Gracias a ello se enriquecieron los criterios de calidad y el sector cobró conciencia y adquirió conocimiento acerca de la importancia de los diferentes roles de la cadena.

Con este marco de reflexiones y experiencias podemos sostener que las tensiones, más que resolverse, deben gestionarse, pues a la postre estimulan la creatividad e impulsan la iniciativa individual.

En la medida que el desarrollo de los contenidos vincule equipos de trabajo que comprendan los diferentes aspectos de una producción creativa y cultural, es posible generar un trabajo más completo y orgánico. Cuando todos logran ver cosas que cada uno separadamente no ve desde su posición habitual, la calidad y consistencia del trabajo es mayor.

El sistema educativo está en la obligación de ofrecer oportunidades para que en el proceso de inmersión en alguna disciplina artística o un oficio de la cadena se dé una articulación temprana con otros roles del mismo proceso de producción.

Valoración de los contenidos culturales

La valoración por parte de terceros ha sido considerada un procedimiento que garantiza la verificación de cumplimiento de estándares de calidad de un producto o servicio. Esos terceros pueden ser las comunidades de pares, como en la academia, o quienes son sus destinatarios o público receptor. En este caso se reconoce qué comunidades específicas crean sus propias formas de valoración de los contenidos culturales.

Jesús Martín-Barbero (1987/2010) demostró con sus trabajos la riqueza y creatividad de las formas de valoración y apropiación social que generaba un producto masivo como la telenovela. Luego de esos estudios ha quedado claro que la valoración se expresa en la apropiación, la circulación del sentido y los usos sociales de una determinada producción cultural. Es decir, está en relación con las identidades sociales.

En su capítulo sobre la “Economía de la creatividad”, David Throsby (2001) señalaba que aquellos productos o bienes únicos, particulares y acotados en un territorio específico, cuentan con un potencial inmenso para ser productos competitivos. Estar individualizados territorial y culturalmente

les ofrece ventajas porque ponen de relieve una conexión entre una comunidad y un entorno geográfico particular.

Los contextos socioculturales, con sus condiciones específicas –sus carencias y abundancias–, dan el sello característico al producto o contenido cultural, le brindan un contexto de referencia, lo hacen partícipe de una historia, y lo insertan en el mundo de la vida de una comunidad humana concreta. En ese sentido, los contenidos culturales reflejan la identidad cultural, pero también la producen, resignifican, controvierten y problematizan.

La producción cultural empieza mucho antes de la intervención de la industria y va mucho más allá de ella. La industria bebe de un magma de producción cultural, por usar la terminología de Germán Rey (2018), y produce contenidos con ello. Cuando estos contenidos son apropiados generan cambios en los gustos, los valores y los comportamientos, etc., extendiéndose mucho más allá del consumo, modificando la identidad cultural en procesos de larga duración y, en algunos casos, con mayor aceleración.

El carácter no universal del contenido cultural

Hay que tener en cuenta que el concepto de *contenido*, usado en la expresión *contenido cultural*, es operativo principalmente en la industria, puesto que en el campo de las humanidades y las artes no hay una tradición de uso del término. Esta consideración es muy importante en la discusión con los actores de las disciplinas artísticas o las ciencias sociales. Dar por hecho que *contenido cultural* es un universal cuyo significado y alcance es moneda corriente para todos puede hacer olvidar que en esta discusión requerimos siempre de una voluntad de traducción y un esfuerzo consciente de crear un léxico común que disminuya las interferencias comunicativas derivadas de la imprecisión conceptual. Hay que tener en cuenta siempre que se interpreta de acuerdo con estilos cognitivos heredados de las tradiciones disciplinares de cada campo o sector. El problema no es solo de léxico, sino de campos de sentidos divergentes (Gabriel, 2015).

Es necesario comprender la cultura como un organismo vivo que nace, crece y se transforma, que está en estrecha relación con la diversidad

biológica. Cuando preservamos la diversidad cultural protegemos las condiciones de la supervivencia de todo el ecosistema cultural. Los recursos disponibles en el entorno son los que permiten, en primera instancia, generar producciones impregnadas de los modos de vida y las formas de ver el mundo de las comunidades de donde surgen.

Esta consideración tiene varios corolarios que conviene explorar. Según sea el nicho, o el público al que esté orientado el producto, se contará con criterios de calidad diferentes y diferentes escalas de expectativas. Por ejemplo, la calidad de un producto surgido de un proceso de formación es necesariamente distinta a lo que es esperable en un contexto profesional. La calidad, entonces, no se revela solo en el producto sino, como ocurre en el campo de las artesanías, descansa en el cuidado de los procesos. En el caso de Artesanías de Colombia importa que los productos conserven las técnicas de confección ancestral, pues estas responden a la noción de calidad que es relevante para compradores internacionales. A este criterio central se suman otros, como la limpieza técnica, con lo que se amplía el rango de los potenciales interesados y se fortalece el espectro comercial del producto.

La pregunta por la validación de la calidad surge tan pronto se ponen sobre la mesa cuestiones de esta naturaleza. Las discusiones permiten concluir provisionalmente que dicha validación depende de las convenciones que hayan acordado o asumido los diferentes gremios, grupos, organizaciones o sectores. Es claro, sin embargo, que distintos aprendizajes, trayectorias, procesos educativos y condiciones socioeconómicas producen distintas competencias culturales. Los enfoques de la alta cultura que daban por sentada la universalidad y el valor intrínseco de ciertos productos culturales han dejado de ser dominantes y su crisis ha dado paso, desde una perspectiva más antropológica, al reconocimiento de que detrás de las valoraciones de calidad hay complejos procesos de identificación y representaciones, que tienen que ver con las identidades culturales y las formas de apropiación que ellas propician. En otras palabras, los procesos económicos no obedecen solo a los imperativos tecnológicos, técnicos o de mercado, sino que tienen un conocimiento social de soporte.

Formación en y para las cadenas de valor

Los miembros del Foco de Industrias Creativas y Culturales reiteran la importancia de formar a los actores de la cadena de producción cultural dentro de una estrategia integral que permita crear valor compartido entre todos ellos y buscar una integración real y orgánica de todos los momentos y fases del proceso creativo. Pensamos que es el momento de cambiar de paradigma en los enfoques y los énfasis de la formación en el mundo de las artes en Colombia. Sugerimos las siguientes directrices:

- Propiciar experiencias de trabajo colectivo desde las etapas más tempranas de la formación. Hacer énfasis en el trabajo colaborativo con otros roles diferentes que hagan parte de la misma cadena.
- El proceso formativo debe propiciar la relación con áreas de conocimiento tan ajenas como sea posible al ámbito de profundización. Mientras más grandes sean las diferencias entre áreas de conocimiento, el sujeto en formación va a tener mayores oportunidades de desarrollar su creatividad y mayores recursos para formar el hábito de desarrollar colaboraciones fértiles y productivas.
- Crear estímulos para que las universidades y centros de formación abran programas para toda la cadena de valor de los sectores del arte y la cultura.
- Ofrecer más información sobre el sentido, necesidad, dignidad y relevancia de cada uno de los roles de las cadenas de valor. Construir una pedagogía para destacar su impacto en la calidad de los bienes y servicios del sector, y sobre el potencial productivo que encierra cada uno de ellos.

Articulación y trabajo en equipo

Con frecuencia los creadores, especialmente los artistas, se forman para asumir que la calidad estética es suficiente para que su producto se consuma, se reciba y pueda ser apropiado, llevándolos a pretender abarcar todos los roles: desde la generación de la idea hasta la comercialización.

La creación de equipos para la generación de contenidos debe estimularse con ideas atractivas y retadoras, y con apoyos que permitan el trabajo en condiciones de estabilidad. El trabajo colectivo sin condiciones

de estabilidad es impensable, puesto que requiere de una articulación de voluntades, especialidades y propósitos creativos.

Colombia cuenta con una larga tradición de apoyo y estímulo a la iniciativa individual, la formación especializada y la creación. Aunque podamos coincidir, como sostienen los artistas y creadores, en que estos apoyos nunca son suficientes, debemos admitir que ese sistema de apoyo ha sido sostenido a lo largo del tiempo y ha generado desarrollos importantes en el sector. En contraste, es precario el estímulo a los equipos creativos, a los proyectos con transversalidades interdisciplinarias.

Tanto en los procesos de formación como en el ejercicio profesional, la relación con otros roles u otras disciplinas no puede ser esporádica. No es suficiente programar *hackatones*, lanzar algunos proyectos ocasionales o pronunciar discursos sobre la importancia de la interdisciplinariedad. Debemos convencernos de que seguir desconociendo los roles de otros miembros de las cadenas productivas, incluidos los roles más operativos y en apariencia menos creativos, afecta cualquier proyecto. La promoción de este cambio de énfasis debe ser ambiciosa, rigurosa y sistemática, fruto de un acuerdo colectivo y surgido de un pacto por la transversalidad disciplinar. De otro modo, esa buena intención quedará convertida en un gesto inane, incapaz de cambiar el paradigma.

Es provechoso apoyarse en la *gamificación*⁸, aprovechar el juego para provocar el trabajo en equipo. En etapas tempranas puede ser muy estimulante para insistir en los demás procesos en que la creación cultural casi nunca es individual y solitaria.

8 “La gamificación es una técnica de aprendizaje que traslada la mecánica de los juegos al ámbito educativo-profesional con el fin de conseguir mejores resultados, ya sea para absorber mejor algunos conocimientos, mejorar alguna habilidad, o bien recompensar acciones concretas, entre otros muchos objetivos” (Gaitán, s. f.).

La creatividad en el centro de la relación entre arte y ciencia

Sin duda, muchos creadores piensan más en función de proyectos creativos concretos que en emprendimientos constantes y sostenibles. ¿Es posible o deseable pasar de proyectos creativos aislados (como los artistas) hacia una producción constante que permita tener emprendimientos sostenibles (como interesa a la industria)? ¿Cómo tratar esta aparente incompatibilidad? ¿Cuál es el léxico apropiado para integrar dos conjuntos de expectativas tan divergentes?

De entrada, es necesario recalcar la necesidad de propiciar un cambio de paradigma sobre el lugar del arte en la sociedad, y resituar su papel en la construcción de conocimiento, el valor de su diferencia epistémica y las cualidades particulares que desarrolla. Es crucial crear una pedagogía en torno de la idea de que ciencia, conocimiento, desarrollo tecnológico e innovación no solo están relacionados con las “ciencias duras”, sino que mantienen una relación profunda con la cultura, la creatividad y el pensamiento artístico. Hay que despertar conciencia de los avances científicos, tecnológicos y de innovación en relación con el factor humano que requiere ser educado para aprender a establecer relaciones entre eventos localizados en diferentes universos simbólicos o distintas cadenas de sentido.

Debe reflexionarse otra vez sobre la relación arte-ciencia. Hay que reconocer, por supuesto, que se trata de dos tradiciones con una historia honrosa y significativa, pero también debemos conceder que, en el afán por destacar los enormes logros y posibilidades de cada uno de esos universos, se ha enfatizado demasiado en las diferencias, poniendo de lado sus abundantes nexos y las enormes promesas que anidan en un diálogo mutuo llevado a cabo explícita y concienzudamente.

Quizá otros momentos históricos no hayan visto con tanta urgencia la necesidad de señalar de manera explícita los vasos comunicantes y las posibles interacciones entre estos dos mundos, las hermandades profundas entre estas dos comunidades. No obstante, ese diálogo se impone como una condición *sine qua non* de la apuesta para que el país se vuelque hacia la creatividad, la cultura, la ciencia, la innovación y la tecnología. Debemos

producir unas políticas arriesgadas que apunten a una educación que favorezca este encuentro.

Destacar las colaboraciones fructíferas entre ambas formas de conocimiento es un primer paso para crear confianzas, anhelos de alianzas, oportunidades de creación de proyectos comunes y, quizás, un lenguaje que enfatice en las complementariedades sin perder la naturaleza de sus diferencias. El asunto no es solo teórico y epistemológico, hay que crear nichos concretos para ese diálogo. Esto, que parece novedoso hoy, en el pasado fue moneda corriente. Hay muchos ejemplos de artistas que inspiraron a los científicos y viceversa. Con sus ficciones Julio Verne impulsó el pensamiento científico y la innovación tecnológica para encontrar la manera de ir al espacio; Leonardo da Vinci trabajó sobre prototipos de máquinas de volar y realizó análisis minuciosos sobre la arquitectura y el diseño de las alas de muchos animales; *Star Trek* inspiró a los ingenieros a crear el celular y mostró que en una mesa se pueden sentar una amplia diversidad de géneros y razas, cuando se trata de tomar decisiones importantes.

¿Innovar en las artes?

Antes de seguir adelante, conviene hacer una pequeña digresión. Los artistas, en general, son reacios a hablar de innovación. El compositor Lucas Saboya, en su trabajo *Cita en París*, hizo dos referencias que ejemplifican bien la postura del artista al respecto. La primera es del poeta antioqueño Óscar Hernández Monsalve:

Y además, para que todos sepan,
yo no puedo decir nada distinto de lo que dicen todos,
la voz del hombre siempre estará prendida al eco de las otras.
No he dicho nada nuevo, simplemente,
se ha hablado una vez más.
(Fragmento del poema *La voz del hombre*)

La otra está sacada de la película de Roberto Benigni *El tigre y la nieve*, basada en la novela del escritor uruguayo Fernando Butazzoni. El personaje

central, el profesor Atilio, dice a sus estudiantes: “no se preocupen por innovar, la novedad es la cosa más vieja que existe”.

El artista suele respetar el pasado. Incluso cuando lo controvierte o lo insulta –como hicieron las vanguardias– honra la tradición de cuyas fuentes se alimenta. Glenn Gould señaló con razón que “en todo creador conviven un inventor y un conservador de museo” (Monsaingeon, 2017, p. 229). Cuando desbarató el sistema tonal y creó el sistema dodecafónico, Arnold Schönberg se sentía un continuador natural de ese sistema, romperlo era una manera de honrarlo. Aunque en apariencia la sonoridad de su música lo vuelve un innovador disruptivo, en realidad, es “el último artesano significativo de la vieja idea germana según la cual la maestría se encuentra en el misterio de los números y la obra se obtiene apoyándose en una mística de las estructuras” (Monsaingeon, 2017, p. 239).

Arte y cultura en el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación

Pensar el rol del arte y la cultura en la ciencia, y los efectos de la ciencia, la tecnología y la innovación (CTI) en la cultura, es uno de los cometidos centrales para llevar adelante el ambicioso proyecto político y social que subyace a la economía creativa. La innovación tecnológica, que abrió las puertas a una explosión de creatividad sin precedentes, no puede entenderse ni aprovecharse sino en su relación con la cultura –con los valores, las identidades, vinculaciones sociales, etc.–; es allí donde adquiere su relevancia y construye las condiciones para impactar la sociedad y cumplir su función social.

La relación del arte con la ciencia es de larga data y siempre ha sido de doble vía. La ciencia es influida por el arte y, recíprocamente, los cambios en las formas de vida que trae consigo la ciencia, transforman los patrones de comportamiento cultural, que a su vez cambian la percepción del mundo.

Si tomamos en serio la oportunidad de crear entornos sanos, legales y controlados para dar paso a una era de creatividad social, cultural, científica, artística y tecnológica, ¿qué debemos hacer? ¿Qué cambios de mentalidad, que transformaciones institucionales, educativas, sociales y jurídicas permitirán a los colombianos navegar con éxito en el siglo XXI

y ojalá llegar a liderar en el mundo transformaciones basadas en nuevas relaciones entre arte, ciencia y cultura?

Para los integrantes de este foco de trabajo, es claro que no podemos lograr esto sin buscar un cambio de paradigma en nuestra relación con los diferentes tipos de conocimientos que podemos usar. La producción artística y cultural es clave para lograr esos objetivos, o al menos para avanzar hacia ellos. Las artes y la cultura no solo son valiosas en su dimensión inspiracional, o como materia prima, sino especialmente –y esto es algo sobre lo que no se ha discutido suficientemente– por la especificidad epistémica del conocimiento que produce. Es un conocimiento que impacta también el sistema productivo, en particular como generador de contenidos para recrear los modos de entender el mundo y, eventualmente, para alimentar las industrias creativas.

En esa línea, hay que reconocer la importancia de las temáticas organizadas y lideradas por Colciencias con diversos actores en el marco del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCTI). Es necesario no solo valorar sus logros y señalar la importancia de esa discusión para el estímulo de la creatividad y la innovación, sino advertir la incongruencia que hay entre la producción cultural del país, las industrias creativas y culturales y lo que es posible agenciar a través del SNCTI. Se requiere un delicado proceso de traducción para lograr inteligibilidad recíproca.

Por ejemplo, en la lógica de Colciencias un criterio fundamental para el reconocimiento de la idoneidad de las investigaciones es que generen nuevo conocimiento, es decir, que logren correr las fronteras del conocimiento disciplinar. Por el momento, el criterio de calidad propuesto para la evaluación de productos artísticos es la idoneidad, reconocimiento y prestigio de las plataformas por las que circula, y el arbitraje y la curaduría de parte de expertos. Ese criterio para la comunidad del arte y la cultura no deja de ser problemático y reduccionista, aunque es útil y operativo.

Por otra parte, en relación con los instrumentos creados por el Gobierno nacional para apoyar las inversiones empresariales en investigación, desarrollo e innovación (I+D+i), sería deseable que se amplíen a proyectos de investigación + creación (I+C). Para ello, dentro del esquema determinado por Colciencias, se deberá definir, por ejemplo –con arreglo a las

características del campo del arte y la cultura– si hay lugar para equivalencias entre investigación básica e investigación aplicada; la forma como en los procesos de I+C se define el estatus del conocimiento derivado de tales investigaciones; los productos esperables –lo equivalente al criterio de “nuevas teorías” y a los criterios de fundamentación y sustentación–; y, finalmente, las formas de verificación y validación a que haya lugar. En cualquier caso, es tarea del sector hacer comprender que lo simbólico, metafórico y poético son elementos propios del arte y que no pueden ser abandonados para acomodarse a criterios que los desconozcan.

La extensión de los beneficios tributarios a las empresas que deseen apalancar procesos de I+C sería un modo de arropar y fortalecer la productividad artística, la circulación de obras, bienes y servicios culturales, y poner en contacto personal experto. Considerando que la cultura es mucho más que el mundo de las artes y la academia, deben diseñarse otras estrategias que beneficien comunidades para las cuales estas lógicas resultan ajenas o inconvenientes.

En cualquier caso, la oportunidad de abrir el SNCTI a las artes es una oportunidad para la entrada de nuevos actores y para darle un marco institucional a las nuevas alianzas entre el arte y la ciencia, desde el elemento común de la creatividad. En ese escenario, algunas instituciones culturales (como el Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo) podrían convertirse en actores del SNCTI. Mediante una alianza con una universidad podrían solicitar apoyo a esos proyectos recibiendo beneficios tributarios, legitimando sus procesos de I+C y producción, creando conocimiento social sobre la apropiación, memoria social y técnica de los procesos, y ofertando sus obras con la calidad que le es característica.

Entre lo avanzado y las necesidades emergentes

En perspectiva, hay que reconocer que desde hace varias décadas Colombia ha hecho importantes avances en las industrias culturales y en discusiones sobre el papel de la cultura y las artes en el desarrollo humano, económico y social, junto con otros países de la región y del mundo.

En el plano doméstico, el país avanzó más en política y legislación que en la dinámica y articulación del sector. Temas como los derechos

culturales, la relación economía y cultura, los mecanismos para medir el impacto del sector cultural en la economía (cuentas satélites), y el estado de la política pública y la legislación muestran que hay avances significativos. Sin embargo, el sector en su conjunto está a la zaga, no tiene conocimiento suficiente de esos marcos, no se forma al ritmo requerido para los nuevos desafíos, se mueve con prejuicios y rechaza el cambio. Es evidente que algunos de los actores directamente implicados no entienden el nuevo lenguaje, o se sienten amenazados, les parece riesgoso o simplemente no desean hacer parte de lo que consideran una “fiebre pasajera” y un coletazo ideológico del capitalismo contemporáneo.

Por otro lado, las universidades presentan desarrollos muy desiguales a pesar de que tienen la capacidad instalada para producir conocimiento sobre el tema y contenidos creativos. En general, no saben cómo entrar en el juego, sus estructuras internas no tienen capacidad de adaptación al nuevo escenario, siguen pensando que su único rol es construir conocimiento. Pocas se dan cuenta de que, de hecho, ellas y sus grupos de investigación van mucho más allá de brindar solo información sobre un objeto de investigación o sobre un campo de conocimiento: generan contenidos o conducen aquellos provenientes de otras fuentes, son plataformas de circulación y operan como dinamizadores culturales, entre otras funciones.

El grupo de trabajo institucional reunido en la Mesa de Artes, Arquitectura y Diseño (AAD) ha hecho un trabajo muy importante para lograr que Colciencias, “como organismo nacional encargado del fomento a la producción de conocimiento, reconociera los procesos de creación como formas de generación de nuevo conocimiento, desarrollo tecnológico e innovación”. Las instituciones participantes han tratado de “validar en el contexto nacional este tipo de producción que, a pesar de tener dinámicas y resultados diferentes de aquellos que caracterizan tradicionalmente a la investigación científica y la innovación tecnológica, tiene un gran potencial de aporte al desarrollo del país” (Bonilla, *et al.*, 2018, p. 283).

Este trabajo representa un gran paso. La perspectiva de Colciencias se ha ampliado: la cultura y las artes, antes pensadas como parte de programas de ciencias sociales y humanidades, comienzan a ser entendidas también como fundamentales para la satisfacción de necesidades estratégicas de

desarrollo. El diálogo fluido ha permitido que ambas partes comprendan la lógica de la otra y que se encuentren importantes puntos de contacto. Quizás estos procesos se pueden acelerar si se logra proponer un proyecto disruptivo, inusual y novedoso que ayude a ejemplificar las posibilidades de ese maridaje. También es urgente hacer más complejos y democráticos los argumentos que están en juego para transar en esa lucha. El tema debe convertirse en parte de la gramática de la academia, los generadores de contenidos, compositores, diseñadores, dramaturgos, arquitectos, diseñadores, entre otros. Entender los términos de la discusión y ejercer cierto activismo conceptual pueden ser determinantes para posicionar las artes y la cultura en un escenario tan prometedor como riesgoso.

Educación para las industrias creativas y culturales

Tensiones de la cultura en la agenda contemporánea

La enorme influencia y el crecimiento de las industrias culturales las ha puesto en el centro de discusiones de amplia trascendencia para las sociedades contemporáneas. Las industrias culturales se han convertido en el centro de tensiones sobre temas de alto impacto para la sociedad en su conjunto: su presencia y expansión a nivel mundial; su capacidad de interrogar el mundo de niños, niñas y jóvenes; el flujo de dinero que gestionan; los empleos que generan; su capacidad de incorporar las nuevas tecnologías; los acuerdos comerciales que invocan y promueven (Rey, 2018). Estos cambios provocan tensiones entre lo local y lo mundial (Ortiz, 2004), lo particular y lo masivo, lo privado y lo público, así como alimentan la tensión entre la necesidad de producción y circulación de bienes y servicios culturales (Rey, 2018) y el ejercicio de independencia y función crítica que le es inherente a la cultura (Caballero, 2019).

Como bien ha señalado Germán Rey, las notables asimetrías que existen en diferentes niveles merecen ser tratadas con sumo cuidado por las implicaciones que tienen para la economía y la propia cultura interna. Dos asuntos están en la mira: por una parte, la agenda de futuro debe contemplar un mayor equilibrio entre los bienes y servicios culturales que

América Latina importa, con aquellos que logra exportar en condiciones favorables a los mercados internacionales. En segundo lugar, hay que estudiar la viabilidad de proponer, como ocurre en algunos países, que el principio de excepción se aplique a favor en puntos concretos que beneficien los mercados y las lógicas de producción del país, en vista de que la tensión entre interés público y privado se expresa en buena medida en los escenarios internacionales donde se dirimen los tratados de libre comercio y las reglas de juego de los mercados.

Estas asimetrías requieren procesos de formación en diferentes niveles, instancias y ámbitos: para los políticos, que deben comprender lo que está en juego en términos de autonomía nacional y desarrollo; para los agentes administrativos del sector público y privado, que deben gestionar las particularidades jurídicas y políticas; para el sector cultural y artístico, que no puede quedar al margen sino participar y hacer control social para beneficiarse de la discusión de los mercados y su incidencia; y, especialmente, formación para la ciudadanía, para que tenga elementos de juicio para seguir la discusión y participar activa y democráticamente.

Por otro lado, es evidente que, por ser uno de los grupos poblacionales más comprometidos en la industria (British Council y Lado B, 2016), los jóvenes tienen una enorme incidencia en los diseños futuros del sector⁹. Para lograr una consolidación armónica del sector, es recomendable generar escenarios propicios de formación, acceso a créditos y fortalecer la capacitación que requieren otras franjas etarias que se incorporan más lentamente. Además, como la relación entre contenidos culturales y productos de nuevas tecnologías es promisoria, es importante fortalecer la convergencia entre las prácticas culturales que ellas promueven y crear proyectos para aprovecharlas en toda su extensión: en temas como

9 “Según el DANE (2016), son los colombianos de 12 a 25 años quienes más asisten a cine, más leen libros, más juegan videojuegos, más ven televisión, escuchan música grabada y ven más videos. Los jóvenes escriben más en redes sociales, las personas de 26 a 40 años escriben más correos electrónicos, y el uso del computador aumenta con la edad; los más jóvenes y los más viejos escriben más en papel” (Rey, 2018, p. 22).

videojuegos, animación, aplicaciones o software, que aumentan el uso masivo de las plataformas con accesos a funciones variadas de conexión (Rey, 2018).

Necesidad de un enfoque regional

Es preciso enfocarnos en el desarrollo cultural regional, pues la capital del país tiene la mayor participación promedio del campo cultural, la mayor concentración de las industrias culturales y la mayor oferta laboral (Unesco, Cámara de Comercio de Bogotá y Alcaldía de Bogotá, 2018).

Es precisamente en las regiones donde se concentran las mayores posibilidades de aprovechamiento del patrimonio intangible y la oferta de bienes y servicios relacionados con universos estéticos populares. La conciencia progresiva de que allí hay auténticos tesoros y fuentes de referencia muy consistentes ha generado tendencias heterogéneas pero muy significativas de resimbolización de dichos patrimonios –a partir de lo étnico, lo popular, lo campesino o la relación urbano-rural, en el campo del diseño, la música, la arquitectura, la gastronomía, entre muchas otras áreas–, que están conquistando nuevos públicos y favoreciendo el reconocimiento de valores sociales, conciencia histórica y sentido de pertenencia. Las celebraciones populares, fiestas patrimoniales y demás manifestaciones de la memoria y el reconocimiento de la identidad cultural son bienes que deben ser considerados por sus grandes potenciales de formalización, organización y generación de nuevos servicios.

La relación multidimensional de las industrias culturales y la educación

Las relaciones de las industrias culturales con la educación presentan muchas aristas: el ámbito de la producción de bienes y servicios culturales en la escuela, las implicaciones de las industrias culturales en los procesos educativos, y las relaciones entre creatividad, innovación y tecnologías con los proyectos formativos de las instituciones educativas (Rey, 2018). Hay que promover que las preguntas acerca de cómo influyen los productos culturales en la vida de los educandos sean discutidas y problematizadas en todo el espectro de la enseñanza escolar, desde la primera infancia

hasta los programas posgraduales: sus usos didácticos, la relación entre lo que enseña el sistema formal y lo que pasa con las realizaciones de las industrias creativas, su influencia en las capacidades lectoras, la posición del sistema escolar en relación con las producciones que están en la frontera entre el arte y el entretenimiento (Rey, 2018).

El tema sigue abierto y, sin duda, requerirá atención, análisis e investigación, en particular porque la transformación de la sociedad cambió drásticamente el mundo laboral. Hoy se reconoce ampliamente que las competencias que se requieren para el mundo del trabajo dependen, en buena medida, del manejo de nuevas tecnologías y de un pensamiento derivado del uso flexible y multimodal de los medios digitales.

Por esas circunstancias, es importante ver una oportunidad en la producción de materiales, pedagogías, didácticas y creación de redes educativas que se pueden derivar de este escenario tenso, problemático y promisorio al mismo tiempo. Lejos de ser obvio, el encuentro de estas dos lógicas requiere imaginación, capacidad crítica, creación de consensos y diálogos complejos de doble vía. Ambas pueden convertirse en un campo de experimentación, innovación y desarrollo muy interesante, generando interacciones apenas imaginadas hasta ahora con sus respectivas expectativas, temporalidades, ritmos y valores sociales.

No obstante, también hay que tomar en cuenta los circuitos no institucionales de circulación de las industrias culturales, que transgreden el ordenamiento y dan fe de la fuerza instituyente y disruptiva de sus productos. Como ha señalado Germán Rey, la fuerza de su articulación con subjetividades territorializadas genera conexiones muy vivas entre escuela y entorno y las han convertido en un factor educativo fundamental.

Un segundo ángulo promisorio para ver estas relaciones es reconocer la escuela como un de potente nodo de creación cultural (Rey, 2018). La escuela, en efecto, introduce a los niños en el mundo de los símbolos, los forma para sus usos, sus decodificaciones y sus exigencias de comprensión contextual. En ese proceso la escuela forma para la creatividad, la imaginación y la innovación; descubre, confirma y apoya talentos; conecta las tradiciones y las necesidades individuales y colectivas actuales; y genera subjetividades sensibles a los hechos artísticos y culturales en sentido amplio.

Aunque las mediciones de la Cuenta Satélite de Cultura han mostrado que la educación artística y cultural es fundamental para la economía cultural y para el desarrollo humano del país (Alcaldía de Bogotá, 2019), aún no hemos logrado convencer a la nación acerca de su importancia para preparar el capital humano de un país que espera convertirse en líder regional en ciencia, innovación y desarrollo.

La educación artística para un nuevo humanismo y una nueva sensibilidad ecológica

La importancia de la formación artística y cultural para el bienestar y el desarrollo integral de las personas y comunidades es reconocida hoy por un amplio sector de la academia, además de organismos multilaterales, Gobiernos y estamentos de diferente naturaleza.

Un acuerdo social señala que en el corazón mismo de esa experiencia *sui generis* yace una alternativa profunda para reencaminar la sensibilidad humana y abrir un margen de esperanza para una mejora sustantiva en los vínculos sociales, la convivencia y la paz. Hoy tenemos la oportunidad de instalar en el país una noción más sofisticada de lo que puede lograrse a través de ella, aprovechando que se la mira con creciente interés como un puntal del desarrollo económico. Para ello es preciso aclarar el papel educador de las artes y especificar su lugar en la arquitectura educativa del país.

Es necesario articular la educación artística dentro de una noción amplia y no reduccionista de desarrollo humano que contemple aquellas capacidades que inciden en la consecución de una vida plena y rica en recursos, que agregan valor y significado a la vida, y que faculte a los sujetos para participar activamente en los procesos que determinen su felicidad y su bienestar. Algunos trabajos recientes han enfatizado la necesidad de pensar las maneras en que la educación artística y cultural contribuye al desarrollo orientado al florecimiento humano (Nussbaum, 2011). Entre tales capacidades está usar los sentidos, la imaginación y el pensamiento para expresarse en condiciones de libertad y protección; la capacidad de desarrollar autoconocimiento y respeto por sí mismo como ser digno de igual valía que los demás; la capacidad de vivir con y para

los demás expresando interés y desarrollando sentimientos de empatía o afiliación en relación con otros seres humanos; la necesidad de aprender a participar en tomas de decisiones personales o colectivas con libertad de expresión, manteniendo relaciones valiosas y positivas de reconocimiento mutuo (Nussbaum, 2011).

¿Cómo y en qué medida la educación artística y cultural aporta al bienestar mental, psíquico, físico y espiritual de los individuos y comunidades? ¿De qué manera fomenta saberes y capacidades humanas que amplíen las posibilidades para crear una vida rica en recursos? ¿Cómo promueve una conciencia sobre el cuidado fundamental de la vida y sobre el vínculo sensible entre el bienestar propio y el bienestar ambiental y ecológico? ¿De qué modo ayuda a reconocer, valorar y promover la diversidad cultural como un derecho y como un potente capital de desarrollo social y humano? ¿Cómo promueve el fortalecimiento de los vínculos humanos? (Puerta, 2017). Estas y otras preguntas sitúan la educación artística y cultural en el centro mismo de una reflexión transversal, interdisciplinaria y holística sobre nuestro futuro como nación. No es un asunto de interés exclusivo del sector cultural, se trata de responder como país qué tipo de ser humano queremos formar.

Profundizar en los aportes del arte y la cultura es fundamental para darles prioridad en el diseño de un proyecto social donde la creatividad y la innovación sean motores del desarrollo económico, pero también de concepciones más integrales del desarrollo fundadas en el respeto por la vida, el cuidado del mundo y la realización de las personas –al mejoramiento de la salud mental y física, al cuidado de sí, a la protección del medio ambiente, al fortalecimiento de los sentidos de identidad comunitaria, al desarrollo de competencias cognitivas, lógicas y argumentativas, a la construcción de criterios de interpretación de la realidad y, en un sentido amplio, a la promoción tanto de la diversidad como de la unidad cultural–.

Como ha señalado Natalia Puerta (2017), desde la filosofía, Alain de Botton y John Armstrong han trabajado la idea del arte como un sistema de ayuda para el manejo de nuestros dilemas más íntimos y ordinarios, y para compensar nuestras debilidades humanas. En efecto, en su trabajo *El arte como terapia* (De Botton y Armstrong, 2014) conciben el arte

como una herramienta capaz de ayudarnos a aumentar las capacidades humanas. Así, consideran que el arte es un correctivo para la mala memoria, permitiendo que hagamos memorables y renovables los frutos de la experiencia, ayudándonos a conservar nuestras vivencias colectivas y las cosas queridas; es proveedor de esperanza al conservar lo placentero de la vida y lo agradable de nuestras experiencias, ayudándonos a hacer frente al desespero; es una fuente de dolor dignificado, pues nos recuerda el legítimo lugar del sufrimiento en una buena vida y, en consecuencia, nos permite asumir mejor nuestras dificultades al reconocerlas como parte de la existencia; es un agente de equilibrio, que ayuda a codificar con inusual claridad la esencia de nuestras cualidades positivas y pone a disposición medios que permiten devolver el equilibrio a nuestra naturaleza y permitir contemplar nuestras mejores posibilidades; es una guía para el autoconocimiento, al ayudarnos a identificar aquello que es fundamental para nosotros y que no siempre está disponible en el lenguaje; es una guía para la ampliación de la experiencia, pues extiende las nociones sobre nosotros mismos y sobre nuestro mundo; es una herramienta de resensibilización que nos ayuda a despojarnos de nuestro caparazón, liberarnos de nuestra habitual indiferencia hacia lo que nos rodea, y recuperar la sensibilidad hacia los acontecimientos de la vida cotidiana.

Una segunda observación tiene que ver con la necesidad de trabajar sobre los prejuicios que existen sobre las artes y la cultura. Reconocer el arte como una forma de conocimiento humano, o como un modo de ser del pensamiento (Gil, 2009), solo será posible si logramos superar la creencia de que la experiencia sensorial ocupa un lugar inferior en la jerarquía del funcionamiento intelectual; que la emoción es enemiga del pensamiento reflexivo; que el pensamiento conceptual requiere necesariamente el uso del lenguaje hablado; que la inteligencia requiere necesariamente el uso de la lógica; y que solo a través del método científico podemos hacer generalizaciones del mundo (Eisner, 1998). Sin trabajar sobre tales prejuicios, el pensamiento artístico no tendrá el lugar que le corresponde como agente disruptivo de la lógica imperante en el sistema educativo tradicional y como elemento diferenciador para orientar el sistema de enseñanza hacia

la creatividad, la transdisciplinariedad, la experimentación, el trabajo en equipo y la potenciación de la individualidad¹⁰.

En ese sentido, aunque hay disponible una enorme literatura acerca de las virtudes cognitivas que el arte desarrolla, en muchos ámbitos se sigue pensando el arte y la cultura como mero decorado, como distracción, como un espacio anodino para ocupar el tiempo libre. Nuestra defensa es que si la educación ha de preparar sujetos para la vida, debe ofrecer recursos para enfrentar problemas que con frecuencia son sutiles, ocasionalmente ambiguos, a veces dilemáticos y rara vez con una única solución correcta (Eisner, 1998), es decir, para problemas como los que enfrentamos en la vida cotidiana, pero también en el mundo de la ciencia y la innovación, escenarios en los cuales la larga tradición investigativa de las artes tiene mucho que ofrecer.

No podemos dejar de señalar, otra vez con Elliot Eisner (1998), que al celebrar la imaginación, la diversidad de puntos de vista y la importancia de la interpretación personal, las artes enseñan que todos los problemas no tienen una sola respuesta correcta, ni se abordan desde una única perspectiva. Al permitirnos lidiar con lo imprevisible y contingente, el arte nos enseña que estar abiertos a las oportunidades imprevistas aumenta el discernimiento y que la flexibilidad deliberada puede tener más posibilidades de producir algo valioso que la adhesión rígida a modelos o métodos preestablecidos. Al enseñarnos a apreciar los matices de los eventos o situaciones, el arte nos enseña a resolver problemas complejos, a prestar atención a las totalidades y no solo a las partes aisladas. Al

10 Otros autores (Mandoki, 2013) han calificado como dogmas osificados los siguientes: 1) La cultura se opone a la naturaleza. 2) Lo bello se opone a lo útil. 3) La belleza es un valor puramente espiritual. 4) La contemplación de lo bello es desinteresada. 5) La estética radica en las características de los objetos (proporción, orden, ritmo, simetría). 6) Los enigmas de la estética se descubren solo con razonamiento filosófico. 7) Los juicios estéticos son imparciales y objetivos. 8) La estética es exclusivamente una cuestión cultural. 9) La valoración estética es distanciada. 10) Toda discusión de lo estético tiene que realizarse en función del arte.

mostrarnos que con frecuencia la forma es el contenido, las artes nos ayudan a reconocer que ambas interactúan sin prioridad absoluta de una sobre la otra. Estas herramientas cognitivas, estos valores, estas formas de trabajo con el pensamiento y la sensibilidad son precisamente las que pueden ayudarnos a construir un nuevo futuro, donde la ciencia y el arte, en vez de oponerse, se reconocen como dimensiones de la creatividad humana con raíces comunes y complementarias.

No debemos olvidar que la relación entre arte y ciencia, en diferentes tiempos y de diversas maneras, ha sido muy fructífera para artistas y científicos tan representativos como Leonardo da Vinci, o el científico y matemático Douglas Hofstadter¹¹, entre muchos otros, quienes con su trabajo invitan a explorar las bondades de este vínculo promisorio para abrir las esclusas de la imaginación y comprender mejor el funcionamiento de la mente y la creatividad.

Revertir la educación artística normalizadora y estandarizadora por una educación para la creatividad vital

La educación artística y cultural puede ser, y en muchos casos ha sido, una práctica normalizadora y estandarizadora, que no construye líneas de fuga ni alienta la libertad creativa, sino que es una forma sofisticada de control social. Ese tipo de educación está anclada a cánones rígidos y dogmáticos en torno a qué hacer y cómo hacerlo, y propone una formación basada en resultados previamente configurados. En ese caso la educación artística puede llegar a homogenizar, excluir y codificar el campo de lo que es posible percibir, decir, juzgar, y hacer (Gil, 2009).

11 El matemático Douglas Hofstadter se propuso estudiar las relaciones entre formas de expresión y representación propias de la música, las artes visuales y la matemática, mediante el trabajo de J. S. Bach, M. C. Escher y Kurt Gödel. Sus intuiciones sobre la imaginación, la simbolización, la autorreferencia, la autoorganización, el problema del significado, la inteligencia artificial, entre muchos otros temas, son una muestra de la potencia de una educación que integre las ciencias y las artes (Hofstadter, 2005; 2008).

Consideramos necesario y urgente asumir la educación artística como un espacio para la creación, para la invención y la experimentación. Esto supone reconocer que el primer enemigo de una educación artística son las certezas y los absolutos, esas posturas que asumimos cuando nos identificamos con la seguridad del saber, en vez de situarnos en el vértigo de la pregunta y la búsqueda. Requerimos una educación artística que facilite las condiciones para que broten las singularidades, que propicie espacios para pensar más allá de lo ya pensado, una educación centrada en sembrar una inquietud, *la inquietud de sí* (Gil, 2009). Las razones de este cambio de énfasis deben quedar claras. Una educación que promueve la crítica y forma para la creatividad, que da claves para la apropiación de contenidos, que forma criterios para lecturas analíticas y críticas, es una educación que forma para la convivencia, la salud mental, la solidaridad, el cuidado del mundo, el respeto por las diferencias y la apertura a la diversidad; es una educación que enfatiza justo en los elementos claves para imaginar y construir un futuro más sano y digno para todos.

Proponemos una educación artística desde la primera infancia, para todos, en el corazón mismo del sistema escolar, pero con ampliaciones y aperturas fuera de él, que se oriente desde una perspectiva estética. Consideramos que este enfoque puede ofrecer modos significativos de amplificar los efectos de todo proyecto educativo, puesto que permite integrar, completar y articular dimensiones humanas que tradicionalmente se han segmentado y separado.

Una educación que sitúe la experiencia estética en un lugar central abre campo a otros modos de conocer, al surgimiento de otras experiencias de inscribir lo vivido, a formas nuevas de compartir aquello que es lo más común, pero a veces lo menos atendido: la experiencia humana de lo sensible.

La perspectiva estética, tal como la proponemos, está implícita en todo hecho educativo, no es reductible a la escuela ni al sistema educativo formal. Reconoce que educa tanto aquello que se ofrece en aparatos institucionales y formales como todo lo que se ofrece a la experiencia en la cotidianidad cultural. La educación estética no debe ser reducida a

la experiencia artística que, aunque es fundamental y merece atención expresa, en modo alguno abarca todas sus posibilidades y expresa toda su riqueza¹². No podemos olvidar que la experiencia estética también está disponible en la matemática, la biología, la ecología, la química y, más aun, en la vida cotidiana, en la *dimensión prosaica de la vida* (Mandoki, 2013).

Las instituciones educativas –y también las que en sentido amplio reconocemos como instituciones culturales– despliegan propuestas estéticas en sus maneras de tornar disponible lo pensable (Frigero y Diker, 2007), son pródigas en ocasiones para las vivencias estéticas, cognitivas y racionales. Ellas ofrecen maneras de categorizar la experiencia sensible, producen corporalidades en su compleja variedad de formas y disposiciones, ponen a disposición medios para regular las emociones, e introducen a los sujetos en maneras particulares de organizar el conocimiento y articular las experiencias.

Un país que valora la creatividad, la innovación y la investigación necesita reconocer el lugar central de la experiencia estética. Debe estar capacitado para apreciar el valor de poner en contacto la intuición con el conocimiento –algo fundamental para la emergencia de lo nuevo y lo creativo–, para apreciar las bondades de relacionar lo particular con lo universal, reconocer el valor social de saber movernos entre lo literal y lo simbólico.

Una educación que ofrezca ocasiones para la experiencia estética y garantice maneras de profundizarlas de conformidad con intereses y capacidades individuales será un terreno fértil para la interdisciplinariedad, el conocimiento multimodal, el pensamiento científico innovador, la valoración de modos plurales de ser y hacer y nos formará para la discusión razonada de las perspectivas que se esconden detrás de la valoración

12 “Para muchas generaciones, la estética como enseñanza se ha visto reducida a la enseñanza artística o a la enseñanza de algunas maneras de entender unas pocas disciplinas artísticas (música, dibujo), arrinconadas en una estrecha caja horaria, destituidas de sus principales atributos, despojadas de su potencia de experiencia estética, disminuidas en su potencial de producir efecto de conocimiento” (Frigero, 2007, p. 32)

de un objeto, evento o situación. Estas capacidades son fundamentales para la convivencia, el ejercicio ciudadano y la defensa de la democracia.

La lucha contra las brechas y la necesidad de especialización en el sector cultural

Según el estudio de Lado B para el British Council, la distancia entre la oferta de educación superior y las necesidades del sector cultural es un factor que genera anomalías en el sistema. Hay escasez de programas de educación técnica enfocados en las áreas no creativas del sector cultural, y los programas universitarios enfatizan en exceso la teoría y el proceso creativo. El estudio detectó escasez de capacidades para la gerencia de empresas y organizaciones culturales en áreas como las finanzas y los negocios, el mercadeo, el desarrollo de audiencias, el diseño e implementación de políticas públicas y el trabajo colaborativo. Además, hay escasez de mano de obra en procesos técnicos necesarios para la producción y circulación de contenido cultural, que varían de acuerdo con cada subsector (British Council y Lado B, 2016).

Las deficiencias en las capacidades también son diferentes en distintas ciudades. Barranquilla, Bogotá y Medellín albergan instituciones y universidades de mayor envergadura y tienen una actividad económica vigorosa, mientras que en ciudades más pequeñas de la gran mayoría del país hay una oferta de formación y una actividad económica limitadas. Además, las diferencias también son evidentes entre los subsectores. El cine, la industria editorial y el sector del diseño tienen un desarrollo relativamente avanzado, mientras que otros subsectores tienen una actividad incipiente o escaso apoyo por parte del público.

La distancia entre la educación superior y las necesidades del sector cultural se expresa de varias maneras. De acuerdo con el estudio mencionado, los profesionales del sector cultural suelen tener formación en artes, ciencias sociales o humanidades (ciencias políticas, historia, antropología, sociología, literatura). En estas carreras adquieren los rudimentos conceptuales de sus disciplinas, pero muy pocas capacidades prácticas para sacar adelante un proyecto o una empresa cultural. Quienes se forman en disciplinas artísticas (teatro, música, cine, artes visuales) reciben formación

en la creación y puesta en escena, mientras que los asuntos técnicos necesarios para la producción y distribución de contenidos culturales no suelen ser prioritarios (British Council y Lado B, 2016).

Las capacidades de los universitarios, en general, no son suficientes para cumplir con las exigencias técnicas específicas de una institución o empresa del sector cultural (British Council y Lado B, 2016), razón por la cual son contratadas personas que no han recibido una educación formal y que han adquirido las capacidades necesarias a través de capacitaciones específicas o de experiencia en terreno.

Hay un desafío importante y una oportunidad para crear espacios de formación que respondan a las necesidades de las producciones culturales del país, que cada vez son más exigentes y especializadas, y para la oferta creciente de producciones y espectáculos internacionales que llegan al país requiriendo estas especialidades.

El contexto de educación es complejo y variado (Ministerio de Cultura, 2018) y se extiende al desarrollo de escenarios de formación *intergeneracionales*, certificaciones de aprendizajes *empíricos*, consolidación y creación de nuevos ambientes formales ligados al Sistema Nacional de Cualificaciones (SNC), entre otros. En todos los casos, el esfuerzo debe estar orientado a reducir las brechas de empleo y capital humano existente en el sector y aumentar la participación de las industrias culturales en la generación de puestos de trabajo en condiciones óptimas (Conpes, 3659), previo análisis del comportamiento y configuración de las cadenas productivas en cada región o subsector, descripción de sus procesos, valoración de sus debilidades y fortalezas técnicas y operativas. Hay necesidad de implementar diagnósticos socioeconómicos para las cadenas de valor y diseñar un consistente esquema de formación para el emprendimiento, competencias empresariales, administrativas y de gestión de organizaciones y agentes (Ministerio de Cultura, 2010). En este punto, sobresale la importancia de propiciar relaciones ingeniosas con la Universidad, que tiene en la investigación, la docencia y la extensión muchos elementos para dialogar con estos nuevos campos de necesidades sociales de formación.

Adicionalmente, se requiere satisfacer necesidades de formación relacionadas con la gerencia cultural, estancada por carencias formativas

de diferente naturaleza. La primera es la falta de preparación en temas financieros y de sostenibilidad, también en emprendimiento, negocios y capacidades gerenciales (British Council y Lado B, 2016). La gerencia cultural pública también presenta vacíos, pues las personas encargadas de tomar decisiones en el sector cultural, en general, carecen de la formación específica requerida para tales posiciones o cargos. Es prioritario aumentar la oferta de programas de formación sobre normatividad, diseño de mecanismos para implementar políticas y programas, evaluación de proyectos, desarrollo de audiencias y demás aspectos esenciales para la gobernanza del sector (British Council y Lado B, 2016).

Importancia de valorar los trabajos intermedios de la cadena de valor

En términos generales, el trabajo y los recursos del sector cultural se focalizan principalmente en las etapas de creación y producción mientras que se invierten pocos recursos en las etapas de distribución y mercadeo de contenidos culturales. Las estrategias para llegar a los nichos específicos de público potencial suelen ser muy limitadas. Esto muestra la necesidad general de desarrollar capacidades en estrategias de mercadeo y comercialización de bienes y servicios culturales.

Dada la complejidad del sector hay que tener en cuenta las capacidades técnicas requeridas en los diferentes subsectores, puesto que se comportan con sus propias lógicas y evidencian necesidades diferentes.

En el caso de la música, hay vacíos de formación en la producción, especialmente de conciertos, y la circulación de música (British Council y Lado B, 2016). Se requiere formación en temas específicos como coordinación de escenarios, ingeniería de sonido en vivo, producción escénica, gestión de conciertos, desarrollo de esquemas presupuestales, estrategias para la venta de tiquetes o para la coordinación de giras, entre otros.

En la industria del cine hay pocos técnicos certificados que puedan cumplir con los estándares de calidad requeridos en producciones de cine nacionales o internacionales. Un tema particularmente sensible es la capacitación para la coordinación de la producción, que incluye temas

puntuales como producción de campo, coordinación de artistas y de locaciones, entre otros (British Council y Lado B, 2016).

En el sector del diseño textil y de la moda hay deficiencias de formación en el proceso de diseño, desarrollo de productos e innovaciones creativas con un alto nivel de valor agregado. En el diseño de modas es urgente capacitar en *patronaje*, proceso clave garante de la confección de productos de alto nivel.

En su especificidad e integración, el sector editorial tiene necesidades de formación en la edición digital de contenidos textuales, musicales y audiovisuales. Una alternativa altamente efectiva puede ser crear o fortalecer programas con enfoques interdisciplinarios que prioricen los espacios para la práctica y el intercambio de conocimientos con individuos u organizaciones internacionales con experiencias exitosas (British Council y Lado B, 2016).

Las áreas técnicas dentro del sector de las artes escénicas en Colombia requieren programas y procesos de formación en los cargos técnicos: en iluminación y sonido para teatro y, en general, para todo relacionado con la producción escénica (escenografía, utilería y materiales, diseño de iluminación y vestuario, entre otros).

En el ámbito de las artes visuales, se requieren empresas especializadas en el transporte y el almacenamiento temporal de obras de arte. Hay un vacío en la formación en curaduría y programas que formen técnicos capacitados para instalar exhibiciones, ferias y exposiciones, con conocimiento práctico y fiable en temas como iluminación, sonido, electricidad, diseño de espacios, etc.

En todos los subsectores hay unas notables necesidades formativas en manejo básico y técnico del inglés. La internacionalización de la producción, en procesos de doble vía, hace más frecuente la interacción con extranjeros, que requiere de programas específicos que suplan esta necesidad transversal a todo el sector.

Necesidad de imaginación académica y formativa

Como ha sido constante en las conclusiones de este foco de trabajo, se requiere trabajar sobre los prejuicios que impiden la valoración social de la cultura y las artes, y de todos los oficios relacionados con ellas.

En particular hay que posicionar los oficios del sector no solo dentro de este, sino en la sociedad en su conjunto, ya que son desdeñados y no se reconoce su relevancia. Para lograrlo, es fundamental el apoyo al desarrollo de procesos de asociación y articulación con otros sectores productivos (Ministerio de Cultura, 2018). Adicionalmente, para darles reconocimiento social y político, la educación, formación y aprendizaje de los oficios, así como las propuestas de formación, deben incluir la acreditación social de la calidad, del saber y de la experiencia. Ello requiere el despliegue de la imaginación académica y formativa para conseguir nuevas articulaciones entre la educación no formal –que es la base de muchos de estos oficios– con los modelos de educación formal y con los escenarios reales de la vida laboral.

Finalmente, el desarrollo de herramientas de asistencia técnica, el despliegue de oportunidades de financiación y el fortalecimiento de las cadenas productivas en todos los niveles de especificidad deberán ser las directrices que guíen las actualizaciones normativas y los marcos legislativos que se pongan en marcha. Como hemos visto, el tema educativo, en su complejidad, debe ser el centro de la revolución que queremos en el futuro. Por paradójico que suene, nada es más anacrónico y al mismo tiempo más disruptivo que una educación centrada en la formación de capacidades fundamentales para el desarrollo humano, social y económico de país, desde las herramientas y dispositivos que la educación estética, artística y cultural pone a disposición.

Circulación, visibilidad y apropiación de contenidos culturales

La defensa del derecho a la cultura

Para proyectar el futuro del país es central la discusión sobre la consolidación de un sistema cultural que favorezca el desarrollo de las artes y la cultura en el cual participan el Estado, las universidades, el sector privado, las organizaciones sociales y culturales, los agentes, artistas y la ciudadanía. Hay que construir una agenda pública nacional sobre aspectos puntuales de la garantía de los derechos artísticos, culturales y del patrimonio.

Se trata de reconocer y promover los derechos de tres grandes grupos de actores: 1) la sociedad en general; 2) los artistas y profesiones relacionadas: creadores, investigadores, formadores, divulgadores y gestores culturales; y 3) los grupos étnicos y poblaciones a quienes se les reconoce su aporte a la cultura desde la perspectiva de la identidad que reivindican y la diversidad que promueven.

El Estado debe garantizar el derecho a la cultura en su sentido más general a través de su acceso, disponibilidad, calidad y participación. Debe garantizar, simultáneamente, condiciones para el consumo cultural, es decir, que exista una oferta amplia en condiciones que permitan la libre competencia en el mercado, incluyendo garantías para que puedan existir y circular los bienes, servicios y contenidos que en primera instancia no tienen interés económico.

Se entiende el *acceso* como la obligación del Estado de brindar los espacios amplios y diversos para que el derecho al uso, goce y disfrute del arte, la cultura y el patrimonio sean efectivos. El cumplimiento de la obligación de acceso se da cuando es posible escoger entre la gran gama de expresiones artísticas y culturales. El Estado incumple esta obligación cuando decide limitar la diversidad de expresiones en un país caracterizado por manifestaciones culturales múltiples, enriquecidas por diferencias étnicas, territoriales, incluso etarias y de género.

La ciudadanía tiene derecho a acceder a espacios –físicos o virtuales, permanentes o temporales, centralizados o descentralizados– que le

enriquezcan artística y culturalmente y a una oferta cultural amplia de contenidos para el consumo y la apropiación.

En segunda instancia, para que los ciudadanos tengan garantías de acceso, se requiere una oferta amplia y representativa de la diversidad artística y cultural presente en el país, espacios y escenarios para que las creaciones circulen, se divulguen, se hagan públicas y cumplan otro de los cometidos de la cultura: el reconocimiento general de la diversidad como un valor central de nuestra sociedad. Esto se cumple cuando se generan plataformas de gestión, infraestructura, formación, divulgación, creación, emprendimiento, etc., que permiten la práctica, el conocimiento y disfrute de la ciudadanía de las expresiones artísticas y culturales y su desarrollo.

La calidad es el tercer elemento para la garantía de los derechos económicos, sociales y culturales. Esta implica asegurar que la oferta que circula cuente con estándares mínimos de realización que permitan no solo que las distintas prácticas artísticas y culturales se manifiesten, sino que no riñan con el respeto y el reconocimiento, el aprecio y la apropiación social de la diferencia que se expresa en el arte, la cultura y el patrimonio. Se incumple esta obligación cuando se privilegia la generación de expresiones artísticas y culturales bajo ciertos estándares de calidad, cuándo se pretende que unos criterios son universales y ahistóricos, y cuando se relegan expresiones culturales por estar por fuera de el canon estético dominante.

En resumen, la perspectiva de derechos de y a la cultura es la condición que permite posicionarla como elemento constitutivo del desarrollo humano, entendido como el proceso que busca eliminar fuentes de privación de libertades, generar oportunidades, ampliar opciones y promocionar deberes para que las personas lleven la vida que valoran y desean (Ministerio de Cultura, 2013, p. 54).

Desde una perspectiva de libertad y democracia cultural, en diversos documentos la Unesco (2003; 2005; 2010) considera enfáticamente que la defensa de los derechos culturales, en toda su diversidad, constituye una parte fundamental del desarrollo humano. Por ello son necesarias políticas que garanticen tales derechos, el acceso a los bienes y servicios,

la libre participación en la vida cultural y la libertad de expresión artística, como mecanismos para promover el desarrollo social incluyente.

Carácter poliédrico de la producción cultural

Los espacios de producción cultural son poliédricos en su configuración, es decir, tienen una complejidad relacional interna y externa.

Toda la documentación referenciada, y la discusión sostenida por este foco, parecen coincidir en la necesidad de conocer a profundidad los entresijos de las prácticas artísticas y culturales y las especificidades del contexto cultural en que se desarrollan. Esta inteligencia contextual, intra e intersectorial, es fundamental, puesto que hace inteligibles los aspectos que configuran el valor económico y cultural de un producto o servicio.

Deben crearse condiciones para construir una cultura nacional en todos los niveles de complejidad, con ajustes según las lógicas específicas de los sectores y según el sentido de los espacios o eventos correspondientes. Esta debe tener un conocimiento más sofisticado del sistema de relaciones, dispositivos, mediaciones y vínculos que configuran la red de nodos, agentes, disciplinas, tecnologías y servicios que hacen posibles y disponibles las prácticas, eventos, objetos y servicios artísticos o culturales.

Hay brechas grandes en la información. Al diseñar una política cultural, ofertar un servicio o poner en marcha un evento es imprescindible conocer quién participa, qué rol tiene, qué trayectorias de consumo cultural ha recorrido, la recurrencia de participación en espacios afines, entre otras variables. Cerrar estas brechas de conocimiento e información es determinante, pues una política hecha con vacíos no es sostenible: fácilmente puede convertirse en una política que “rasca donde no pica”, que no logra atender los momentos, las necesidades y los procesos que requiere un campo tan complejo.

Las experiencias han mostrado que es posible generar comprensión recíproca, solidaridades, empatías, complicidades, nuevas asociaciones, condiciones para la apropiación social, cuando diseñamos franjas de discusión, preparamos materiales de formación, creamos dispositivos de enlace entre diferentes roles de la cadena de valor y propiciamos encuentros

académicos para fomentar la creatividad, ampliar el conocimiento del sector o la práctica cultural, desarrollar negocios, entre otras actividades.

En ese sentido, es necesario desarrollar *una pedagogía de la gestión de la cultura y las artes* que permita comprender en profundidad el sistema ecológico que sostiene la producción artística y cultural, entendiéndolo por ello las dimensiones económicas, sociales, culturales e identitarias que necesariamente se implican en ellas.

Está demostrado que los espacios de producción cultural relacionados con un sector específico (música, moda, etc.) cuentan con mayores posibilidades de circulación y comercialización en la medida que se presentan con una disposición activa y consistente a través de la búsqueda de relaciones intra e intersectoriales.

Las plataformas de negocios, por ejemplo, deben considerarse también, en su dimensión formativa, como espacios que contribuyen a crear condiciones de sustentabilidad para el sector. Los estudios sugieren la necesidad de formación en capacidades de negociación para los agentes creativos del sector, y de formación en relaciones con turismo, gastronomía y otras actividades para los organizadores de esos eventos.

Las plataformas de negocios están llamadas a convertirse en experiencias humanas que visibilicen elementos de la cultura regional y de la creatividad individual, de manera que el usuario tenga una experiencia honda y significativa. Para ello es clave que pueda tener contacto con los entresijos del sector, sus actores, sus dinámicas, sus aportes en empleo, sus relaciones con otros sectores, sus valores culturales, sus apuestas estéticas y todos los asuntos relacionados con la inteligencia del sector. Una ciudadanía que no comprenda lo que se juega en la puesta en escena del arte y la cultura tendrá una valoración siempre limitada y parcial de su impacto en la vida social y su relevancia como material de referencia para la construcción de sus proyectos de vida.

Con una pedagogía adecuada, estos espacios pueden tornarse en proyecciones de imaginarios sociales, nichos para nuevas formas de lo cotidiano y ambientes para la imaginación de futuros posibles.

Llenar el espacio entre la especialización y la improvisación

Desde la perspectiva de la circulación, la especialización del trabajo en algunos sectores de las industrias culturales, en principio deseable y fundamental, ha sido muy desigual. En efecto, hay alta especialización del trabajo en ciertos eslabones de la cadena de valor, que ha generado una sofisticación de esos roles, valoración social, mejoras en la remuneración, márgenes de ganancia aceptables y una comunicación fluida con otros eslabones de la cadena de valor. No obstante, la inexistencia de personal formado y experto en algunos eslabones de dicha cadena resta fluidez a los procesos y jerarquiza fuertemente unos roles sobre otros. La hiperespecialización en unos niveles y la casi total improvisación en otros generan desbalances que afectan la calidad del producto final y la valoración social integral del proceso o producto cultural o artístico.

Como ha mostrado el documento “Estrategia de fomento a la circulación de bienes y servicios creativos en Colombia” (Lado B, 2017), el apoyo a nivel nacional y local está enfocado en la creación y producción y se descuida la circulación y distribución, promoción y mercadeo. No hay conceptualización ni inteligencia de mercadeo por parte de la política cultural, no hay una política de circulación, distribución y apropiación en el nivel nacional que posicione el tema como prioritario, ni mecanismos para articular el nivel nacional con el internacional, regional y local.

Las convocatorias de apoyos y fomento, en este sentido, son muy heterogéneas y las mismas instituciones culturales no tienen unidad de criterio en la consideración del lugar central de la circulación y distribución, lo que prueba el carácter marginal de este momento de la cadena de valor en el imaginario de los encargados de diseñar convocatorias, premios, apoyos y políticas. Se requiere, en este tema, un trabajo de formación serio y continuado. Adicionalmente, la circulación se ve afectada cuando los agentes y plataformas dominantes concentran los contenidos.

En el sector de las artes hay un rezago de décadas en la circulación, mercadeo y distribución por el asentamiento de prejuicios sobre el aspecto monetario del oficio, aunque hay diferencias dependiendo de las disciplinas y prácticas artísticas. En efecto, en muchos campos artísticos el dinero ha sido visto como algo que resta nobleza, profundidad e independencia

al artista, quien mancilla su trabajo al atender esos molestos e irritantes tópicos. Después de todo, piensan algunos, una actividad espiritual no debería estar manchada por el interés manifiesto y expreso en la ganancia económica.

Es probable que sea en la academia donde esos prejuicios se hayan extendido y, en cierto modo, legitimado como señal de distinción, rigor y grandeza espiritual y artística. Se requiere un trabajo serio desde los escenarios mismos de la formación en la legitimación de los oficios asociados con toda la cadena de valor para posicionar estos eslabones y darles presencia y legitimidad social. La unión de este prejuicio con la cultura del “todero” –el creador que no ve ni reconoce la especificidad, experticia, idoneidad y especialización de esos otros eslabones de la cadena– nos advierte sobre la necesidad de generar estrategias de formación en esta materia.

El informe de la Cámara Colombiana del Libro (CCL) y Lado B¹³ expresa cierto optimismo al reconocer que, aunque claramente hace falta mucho trabajo educativo, hay evidencias de un cambio paulatino en los imaginarios respecto del tema:

Sin embargo, esta perspectiva de entender la movilidad de los contenidos culturales ha cambiado en las últimas décadas y cada vez es más claro que es indispensable encontrar maneras efectivas de crear un mercado funcional para este tipo de bienes y servicios que les permita simultáneamente conservar la libertad creativa y estética y subsistir a través de la comercialización. (CCL y Lado B, 2017, p. 2)

Aunque estamos lejos de desbancar la idea de que un producto artísticamente sólido, profundo y técnicamente impecable se defiende en el mercado solo por sus cualidades intrínsecas, la política para el fortalecimiento de los oficios del sector cultura, la política para el emprendimiento y las industrias culturales, y el trabajo que se hace en instituciones como

13 Este estudio y en general toda la producción investigativa de Lado B representa un avance muy importante en la comprensión de las dinámicas del sector. Convendría conocer mejor este y otros trabajos para apropiarse esos temas y cualificar las discusiones del sector de las artes, la cultura y la economía de la cultura.

el SENA, son avances indudables para lograr, en el mediano y largo plazo, una transformación de los imaginarios en torno al tema. Paulatinamente hay más conciencia de que se requiere una comprensión profunda y un conocimiento profesional de las mediaciones que están en juego. Hay que señalar, no obstante, que también existen prejuicios del otro lado, por parte de empresarios y agentes que se ocupan de la distribución y mercadeo, quienes tienden a poner por delante el factor transaccional, desconociendo la relevancia, especificidad y valor cultural de los contenidos. Se debe trabajar en el estímulo a los trabajos y oficios técnicos del sector en toda la complejidad de la cadena de valor y enfrentar con una oferta amplia y variada de formación este problema sensible para el desarrollo robusto de las industrias creativas y culturales.

Interacciones, intermediaciones, atributos y transacciones

Diferentes estudios muestran que se requiere una ardua labor educativa para impulsar las interacciones entre sectores e impulsar una pedagogía que permita transmitir los sentidos, roles y escenarios implicados en las relaciones entre diferentes agentes.

Solo al definir con claridad qué tipo de transacciones se llevan a cabo y qué activos se transan entre ellos en un intercambio comercial o creativo, es posible intervenir y estimular las diferentes relaciones posibles. El estudio de la CCL y Lado B (2017) caracteriza un conjunto de nueve transacciones propias del sector: de productos, servicios, dineros, porcentajes y comisiones (acuerdos comerciales), visibilidad, reputación, conocimientos, derechos y desarrollo de mercados¹⁴.

14 El estudio de la CCL y Lado B (2017) caracteriza las transacciones de la siguiente manera: *Producto*: bien tangible, susceptible de tener un valor monetario (fonogramas, manuscritos, guiones, libros, CD, productos gastronómicos, pinturas, películas, espectáculos en vivo, etc.). *Servicio*: acciones que se llevan a cabo en beneficio de otro agente que requiere un producto o una experiencia (servicios editoriales, de producción, asesorías creativas o artísticas, de formación, logísticos, jurídicos, financieros, entre otros). Son susceptibles de tener un valor monetario. *Dinero*: es el pago monetario directo por una experiencia, producto o servicio.

Dependiendo del tipo de intermediación se privilegiarán relaciones económicas que pueden ser monetarias o no monetarias y, según sea el tipo de intermediación, el tipo de atributos será diferente. Así, siguiendo la caracterización de Lado B, los *intermediarios creativos* pueden transar visibilidad, reputación conocimientos, derechos, comisiones y servicios, tanto entre los agentes del sector o con agentes de otros sectores. Los *agentes intermediarios de mercado* pueden transar productos, servicios, dinero, porcentajes y comisiones, visibilidad, reputación, conocimientos, derechos y desarrollo de mercados entre los agentes del sector o con agentes de otros sectores. Finalmente, si los agentes son intermediarios de consumo, podrán transar productos, servicios, dinero, visibilidad, reputación y conocimientos, principalmente con el consumidor final (CCL y Lado B, 2017).

Debido a que algunos tipos de relación no son monetarios –como la visibilidad, la reputación o el conocimiento–, con frecuencia tienen atributos que se transan permanentemente, de manera informal y al margen de estrategias para desarrollar mercados. Sin embargo, son necesarios para

Porcentajes y comisiones: tipo de pago monetario indirecto, que usualmente (aunque no siempre) representa un porcentaje sobre la venta final (monto total negociado) o sobre las ganancias.

Visibilidad: es el acto de exponer el producto o servicios ante los agentes del sector creativo o consumidores y llamar la atención sobre este, sobre una experiencia o sobre un servicio ofrecido.

Reputación: es la acción de incrementar o reducir el prestigio de una expresión artística o de su autor, producto, una experiencia o un servicio. *Conocimientos:* generación de capacidades para comprender las dinámicas sectoriales y las relaciones con los agentes. Información que se genera y constituye un activo esencial para que los agentes del sector tomen mejores decisiones.

Derechos: son los derechos morales y patrimoniales que la ley reconoce al autor por ser el creador de su obra artística. Con los primeros no se puede transar, con los segundos sí. *Desarrollo de mercados:* generación de estrategias que permite penetrar nuevos mercados o consolidarse en los existentes. Es el acto de identificar agentes, establecer relaciones que permitan el desarrollo de mercado para el producto, servicio o experiencia.

la generación de valor de los agentes, sus productos y, en general, para el funcionamiento de la red creativa.

El estudio de la CCL y Lado B (2017) ha mostrado que el encuentro entre agentes de un mismo sector ha estimulado las transacciones de activos o atributos monetarios y no monetarios intrasectoriales (v. g., mercados culturales y ruedas de negocio). No obstante, se requiere el encuentro de agentes de distintos sectores creativos que fortalezca las redes de negocios intersectoriales, que permita a los agentes extender sus beneficios monetarios y no monetarios. Adicionalmente, es necesario desarrollar conocimiento para favorecer la relación comercial y creativa con otros sectores para aprovechar el conocimiento, reputación y visibilidad de las partes en juego (o de la plataforma), propiciar la generación de economías de escala y la producción de nuevos espacios de relaciones.

Finalmente, dar a conocer a los agentes de cada sector el tipo de servicios y productos que ofrecen las personas de otros sectores creativos, diferentes al propio, permite ampliar el panorama de referentes y despertar inquietud sobre procesos creativos y posibilidades de mercado novedosas y eventualmente disruptivas (CCL y Lado B, 2017).

Necesidad de nichos de formación alternativos en la red cultural

En un sentido amplio, una industria creativa y cultural es una inmensa red colaborativa en donde cada eslabón debe ser reconocido en su especificidad y experticia, y sus aportes valorados y reconocidos simbólicamente y económicamente de conformidad con su rol en la cadena de valor.

Debe hacerse una valoración crítica de los programas curriculares en artes, gestión y disciplinas afines para identificar aquellas brechas en la formación profesional y técnica que impiden el desarrollo armónico del sector. El desconocimiento de los roles, su incidencia, su valor y su conocimiento especializado impide reconocer en cada oficio especialidades particulares que enriquecen la oferta laboral del medio y permiten formar profesionales de alta idoneidad en cada campo. Es improbable que un estudiante desee ingresar a esos mundos de conocimiento y realización profesional si desconoce su especificidad y sentido.

Este asunto muestra la gran oportunidad para el sistema educativo que implica contemplar estos trabajos emergentes como escenarios de formación especializada. Es necesaria una estrategia integral que aumente la oferta, movilice el reconocimiento social de estas opciones emergentes, favorezca su posicionamiento y genere expectativas en la ciudadanía como escenarios de despliegue de proyectos de vida dignos y legítimos.

Mientras no exista esta oferta, la formación seguirá el camino de la experiencia contingente y la súbita oportunidad laboral, desconociendo las complejas y sofisticadas competencias técnicas, conceptuales, prácticas y teóricas de cada uno de esos eslabones de la cadena. El reconocimiento de las tradiciones orales y experienciales de conocimiento en muchas áreas será determinante para el éxito de la oferta laboral. La convergencia de saberes –de la experiencia de terreno, el conocimiento académico y las nuevas tecnologías– ayudará a revertir el enorme desperdicio de experiencia social, administrativa, colectiva, procesual, relacional y humana en la gestión de la política pública en cultura y en los procesos sectoriales.

Comunidades de aprendizaje

La transformación de la gestión de la cultura en el país no depende solo de los cambios en los diseños, modelos o reestructuraciones administrativas. Los cambios significativos requieren un cambio de paradigma en la forma de pensar la asociación para potenciar comunidades que aprenden y comparten el conocimiento.

Bruce C. Greenwald y el premio Nobel de Economía Joseph E. Stiglitz (2015) han llamado la atención sobre la potencia de un enfoque administrativo enfocado en el aprendizaje como un factor de desarrollo económico, social y humano, basándose en indicadores de crecimiento y productividad relacionados con las capacidades de los países para enfrentar los dilemas del desarrollo. Estos autores han señalado que el factor diferencial entre las sociedades más prósperas es precisamente su capacidad de crear culturas del aprendizaje y comunidades de práctica que comparten sus logros y activan mecanismos de producción en diferentes niveles, de manera más ágil, económica y rápida, llevando a crecimientos de orden económico y, sobre todo, a mejores tasas de desarrollo social.

De acuerdo con estos autores, uno de los objetivos de la política debe ser el crear estructuras que mejoren tanto el aprendizaje como sus efectos. Sus estudios muestran que gran parte de la diferencia en la renta per cápita entre los países puede atribuirse a diferencias en el conocimiento. Las políticas que transformaron esos países en “sociedades del aprendizaje” les han permitido cerrar la brecha del conocimiento, con aumentos marcados en la renta. El desarrollo conlleva la habilidad de aprender a aprender (p. 40).

Aunque Stiglitz y Greenwald (2015) se refieren, en primera instancia, a las políticas macroeconómicas, su propuesta invita a una reflexión profunda de parte nuestra acerca de cuáles son las propuestas que deben hacerse al Gobierno, al sector privado y a la ciudadanía para favorecer que, en todos los niveles, las políticas apunten a la creación de condiciones y estructuras para el establecimiento de una cultura sectorial que desemboque, poco a poco, en una sociedad abierta al aprendizaje y al conocimiento artístico y cultural.

Es clave para el sector enviar el mensaje de que el desperdicio de experiencia valiosa puede revertirse mediante estrategias que potencien los saberes sociales más fundamentales que poseen y desarrollan cotidianamente los agentes culturales en los territorios. Es posible plantear una política cultural que permita hacer visible lo ausente y sacar a la luz lo emergente, que reconozca que la pobreza de la experiencia cultural “no es expresión de una carencia, sino de una arrogancia. La arrogancia de no querer verse, y mucho menos valorar la experiencia que nos rodea” (Santos, 2009, p. 107), en algunos casos porque precisamente estos conocimientos están fuera de la matriz de aquello que se considera culto o valioso.

Si la experiencia acumulada por los agentes, instituciones y organizaciones del arte y la cultura sigue siendo desvalorizada y desaprovechada, los frutos decantados a lo largo de años de esfuerzos, aprendizajes y logros se perderán y seremos testigos de un desgaste de procesos y espacios que afectará el sistema cultural en su conjunto.

El desafío está en reconocer cómo funcionan los aprendizajes colectivos, las redes de comunidades de práctica y los esquemas de transferencia de conocimiento, y aprender a recopilar la experiencia acumulada, a traducirla

para potenciar las culturas locales y los saberes sectoriales. Hoy el reto es reforzar la dimensión del aprendizaje en el conjunto de la vida social y en las instituciones y organismos públicos y privados, y crear mecanismos para garantizar que este conocimiento circule, se apropie, se transmita, se dinamice y permee el conjunto del sistema (Unesco, 2005), es decir, que se convierta en un insumo para una cultura de la innovación, la creatividad y la renovación.

En otras palabras, el reto implica convertir el ámbito cultural –sus agentes, instancias y organizaciones– en portador de una conciencia colectiva acerca del valor de los saberes sociales y las experiencias acumuladas, haciendo visible su papel crucial para la construcción de formas de intervención más ajustadas a la realidad, más participativas y democráticas.

Articulación entre creadores e industria

Reconocimiento de necesidades diferenciales

La realización de un proyecto artístico o cultural implica un contexto organizacional que respalde y garantice su adecuada ejecución (Recaman y Ruiz, 2019). Sin embargo, no es fácil definir lo que se entiende por una organización artística o cultural. La división del trabajo cultural en la actualidad ha complejizado el tema de una manera sin precedentes. Por una parte está el factor de creación de valor, que determina un contexto simbólico difícil de precisar. Aunque el componente creativo esté presente, no es fácil unificar criterios de clasificación.

Una de las principales características de estas empresas consiste en que operan en mercados subjetivos y volátiles, donde el mayor objetivo no es repartir dividendos, sino que se 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 empresarios. (Ruiz, 2019, p. 52)

Lo cierto es que los actores de las industrias creativas y culturales se organizan en distintos tipos de entidades, como organizaciones comunitarias, entidades sin ánimo de lucro, empresas emergentes, empresas consolidadas y gran empresa¹⁵. A la luz de esta clasificación, pensando en el diseño de instrumentos de incentivos y fomento, surge la pregunta de cómo identificar y dar respuesta a las diferentes necesidades de estos tipos de organización. ¿Cómo identificar esas diferencias de necesidades, entenderlas y darles respuesta?

Al revisar algunas presentaciones de Innpulsa (2019) y revisar el PND del actual gobierno encontramos que hay estímulos a gestores culturales, creadores y emprendedores organizados. Pero al detenernos en los mecanismos de fomento, estos parecen orientados a un mismo tipo de emprendedor al que apuntan dichos mecanismos. ¿Qué ocurre con una organización comunitaria que busca un modelo de sostenibilidad, pero no necesariamente escalar ni convertirse en gran empresa, como las cooperativas de artesanos? ¿Qué hay de aquellas que tienen necesidades de acceso a recursos o exenciones tributarias distintas a las de un emprendedor que busca escalar un modelo de negocio?

Mapeos: la identificación del sector en su complejidad

En la misma línea de lo propuesto en el PND¹⁶, es necesario mapear y caracterizar cada una de las organizaciones y emprendimientos, teniendo en cuenta la misión, modelo de acción, estructura, recursos, capacidades, trayectoria y oferta de cada una de ellas. A partir de allí, crear unos

15 Las personas naturales suelen operar como un empresario o emprendedor emergente o tratan de incorporarse en organizaciones sin ánimo de lucro.

16 Dice el PND: “[...] promover el mapeo y caracterización de las industrias y agentes de la economía naranja a escala territorial, ejercicio que contará con apoyo técnico del DANE y la Financiera de Desarrollo Territorial (Findeter). La guía deberá incluir mecanismos para la identificación y caracterización de las ofertas y las vocaciones regionales, así como de las redes potenciales para complementar su sostenibilidad, e incluir la identificación de brechas de competitividad que afectan a los sectores creativos con potencial de crecimiento en cada región” (DNP, 2019, p. 748).

perfiles confiables de las organizaciones y construir unas rutas que las vinculen con entidades públicas y privadas. Se requiere conocer las rutas que manejan y tratar de mejorarlas y potenciarlas, conociendo las otras entidades regionales o nacionales que les pueden ayudar.

Es claro que las organizaciones comunitarias, por ejemplo, no tienen las mismas necesidades de la gran empresa ni aplican a los mismos incentivos o mecanismos de apoyo. No obstante, las bases de las convocatorias no siempre son tan sensibles a esas diferencias. Muchas bolsas de recursos importantes claramente excluyen organizaciones que no son las prototípicas desde el punto de vista de quienes las formulan (por ejemplo, aquellas que solicitan soportes de la banca convencional en contextos donde no existen esas capacidades financieras).

Escuchar las organizaciones y las regiones

La conversación con las organizaciones debe ser permanente, pues muchas evitan el contacto directo con las cámaras de comercio o con entidades financieras por su carencia de experiencia o porque no siempre cuentan con los niveles de formalización requeridos.

Teniendo en cuenta que las organizaciones en las regiones no se sienten escuchadas por quienes diseñan la política, hay una brecha de formación que atender. Las organizaciones deben prepararse para dialogar, conocer los canales de comunicación, comprender las lógicas convencionales del medio y contar con una oferta de formación que cierre las brechas que las ponen en franca desventaja.

Salta a la vista la conveniencia de tener modelos de apoyo a la medida de las organizaciones, teniendo en cuenta que puede haber rangos de acción comunes dependiendo de las tipologías. Para determinar el estado de las organizaciones y sus necesidades particulares debe haber información confiable sobre el comportamiento que han tenido en el mercado, su modelo de negocio y todas aquellas características de su trabajo que sean pertinentes.

Por otra parte, los mecanismos de escucha ciudadana y sectorial deben mejorar para permitir que las necesidades sean declaradas por las mismas organizaciones, ojalá a través de formas asociativas que les brinden

una mayor capacidad de negociación e incidencia. Para ello debe haber un registro de organizaciones del sector cultural y estas deben desarrollar formas de organización entre ellas, o acudir a las existentes –como la Asociación Nacional de Industriales (ANDI)– para que desde allí se incida en la política. La falta de mediación de los gremios es síntoma de falta de asociación en el sector. Las caracterizaciones del sector cultural deben ser sugeridas desde criterios establecidos en parte por sus propios agentes, desde sus necesidades y conocimiento y, a partir de allí, propiciar un diálogo que muestre la fuerza del sector y haga visibles la naturaleza de su trabajo y sus necesidades.

La información necesaria y suficiente

La información que cada tipo de organización requiere acerca de incentivos, marco jurídico, acceso a financiación, etc., es fundamental para responder a sus necesidades. Hay que mejorar la claridad de estos protocolos y procedimientos, pues son poco sensibles a las condiciones reales de los territorios. El Estado debe hacer disponible la información, combatir el lenguaje cerrado para expresarse en forma comprensible y, en general, crear canales de comunicación más fluidos y acordes con las necesidades diferentes de los territorios, haciendo uso de la experiencia obtenida en diversos niveles –por ejemplo, la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte de Bogotá conoce las organizaciones culturales locales así como el Ministerio de Cultura a través del Programa Nacional de Concertación, entre otros–.

Para crear otras lógicas de obtención de información se sugiere:

- Establecer criterios alternativos de clasificación diferentes a su naturaleza jurídica, a su trayectoria o por la variable temporal de su funcionamiento.
- Tener en cuenta si son organizaciones permanentes, cíclicas o efímeras, puesto que esta variable introduce conciencia de necesidades diferentes.
- Definir rutas de trabajo concertadas. Dar más voz a las propias organizaciones.

Sostenibilidad de los modelos de negocio

La sostenibilidad es una preocupación central del sector. Hay interrogantes sobre el alcance, significado y sentido de la apuesta gubernamental, enfocada principalmente en el desarrollo empresarial, principalmente porque muchas y relevantes modalidades de emprendimientos culturales no se ven representadas en el esquema empresarial. Sin estar necesariamente en contra de obtener rendimientos, muchas iniciativas culturales privilegian el uso social del beneficio, reivindican su carácter altruista o están centradas en intereses fundamentalmente artísticos. La rentabilidad o la maximización de las ganancias están lejos de representar su principal objetivo.

¿Qué condiciones deben tener los modelos de negocio en la cultura para dar sostenibilidad a cada tipo de organización según su nivel de desarrollo e intereses misionales? Para empezar, no debe ser necesariamente el mismo. Como ya señalamos, el conocimiento y articulación de los diferentes eslabones de la cadena de valor es clave para lograr la sostenibilidad. En particular, se requiere claridad sobre la estrategia de circulación y su articulación con el consumo cultural: audiencias, públicos, nichos de mercado, etc. La comprensión de las dinámicas del consumo y la conciencia de preparar el mercado resultan estratégicas para lograr que el destinatario final desee, requiera y solicite el servicio, bien, o proceso que sea del caso.

No obstante, hay una condición fundamental para garantizar la sostenibilidad de las organizaciones culturales, que no tiene que ver con el modelo de negocio, sino con el ambiente necesario para que sobrevivan: reglas de juego claras y estables. No hay nada más amenazante para las organizaciones que el cambio permanente de las condiciones jurídicas, administrativas o normativas. Se requiere continuidad, estabilidad y coherencia en las reglas de juego porque los procesos creativos en el arte y la cultura, su gestación y puesta en escena, pueden tardar varios años.

En las comunidades más alejadas del modelo ciudadano moderno, en entornos rurales o más apartados de los centros de poder y gestión, como en comunidades étnicas, la inseguridad jurídica y administrativa se suma a otros problemas y condiciones que pueden parecer triviales,

pero que constituyen barreras en los territorios –como los esquemas de documentación que se exigen y que no se guardan correspondencia con las formas de vida, la institucionalidad local o las condiciones culturales de las poblaciones–. En la práctica, estas variables terminan excluyendo a esas comunidades de muchos de estos procesos.

Por otra parte, las propias organizaciones deben tener claridad y coherencia estructural sobre los alcances de su trabajo, las mejores rutas y procedimientos operativos, su capacidad instalada y sus fortalezas. Debe desarrollarse una suerte de autoconsciencia organizacional que les permita crear conocimiento sobre su trabajo y su organización, aprender a mirarse críticamente y situarse, con realismo, en condiciones de potenciar sus posibilidades a partir de sus recursos.

Fomento

Los incentivos tributarios, las alianzas público-privadas y la creación de facilidades para postulaciones a convocatorias o recursos concursables son determinantes para la sostenibilidad de las organizaciones culturales y artísticas, teniendo claridad sobre las diferencias entre los modelos de negocio y las necesidades específicas que existen en un sector específico o un territorio concreto. En las organizaciones emergentes se deben priorizar aquellos mecanismos que permitan el escalamiento y, en el caso de la gran empresa, aquellos que premien la creación de empleo cualificado. También resulta urgente que el sector tenga en cuenta las posibilidades que abre el sistema de regalías para la cultura y que trabaje unido en la consolidación de alternativas de inclusión en ese modelo.

Adicionalmente, es urgente analizar los fondos que aún no contemplan el apoyo a las ICC como un escenario importante en el desarrollo integral de los territorios. Aunque haya dificultades históricas para el acceso a dichos recursos y se reconozca la incidencia negativa de intereses particulares, así como opacidad en su adjudicación, algunos cambios importantes en la legislación y en las reglas de juego buscan contrarrestar esas dificultades. En cualquier caso la veeduría ciudadana y el seguimiento a tales escenarios es fundamental para el sector.

Posibilidades en el Fondo de Ciencia, Tecnología e Innovación

El Fondo de Ciencia Tecnología e Innovación ha dispuesto convocatorias abiertas, públicas y competitivas en las que tienen cabida las ICC a través de proyectos de investigación y desarrollo (I+D) e innovación, investigación + creación (I+C). Como se trata de recursos territoriales, el proyecto que desee concursar tiene que estar articulado a los focos que establecen los Planes y Acuerdos Estratégicos Departamentales (PAED), que previamente han priorizado temas como salud, ecología, cultura, innovación y empresa, etc. Teniendo en cuenta esas prioridades, se pueden proponer proyectos que deberán ser valorados por un Organismo Colegiado de Administración y Decisión (OCAD). A partir de iniciativas como estas se puede lograr cierta sostenibilidad porque ofrecen un recurso base, que es una de las carencias del sector.

El foco en el desarrollo local

El desarrollo cultural a nivel local o que promueve la inter- e intra-disciplinariedad ha mostrado tener alta incidencia en la sostenibilidad y para facilitar el diálogo con diferentes actores se puedan apoyarlos. En estos campos se abren posibilidades interesantes hacia el futuro.

Los dilemas de la formalización

Es central la pregunta acerca de qué particularidades deben tener en cuenta los diferentes tipos de organizaciones culturales y creativas y los diferentes eslabones de la cadena de valor porque, por razones económicas o divergencias valorativas, la formalización empresarial tradicional no siempre es la más adecuada para ellas.

En los talleres realizados a instancias del Foco de Industrias Creativas y Culturales de la Misión de Sabios, se definió la formalización como “la inscripción de los actores del mercado en una red institucional público-privada que garantiza unas reglas de juego comunes”. En ese encuentro se señaló que tales garantías –complementarias a las que todo ciudadano tiene derecho– no son posibles sin condiciones institucionales realmente sólidas. Estas incluyen garantías laborales y la seguridad social,

pero también derechos de propiedad (incluyendo la propiedad intelectual) o sobre su patrimonio personal, así como garantías de competencia justa o de acceso igualitario a la financiación o el crédito.

Esta reflexión muestra la relación entre la formalización de los actores del mercado y la consolidación de sus diversas formas institucionales. En este sentido, es necesario fortalecer las formas de asociación entre actores del campo cultural y creativo, como agremiaciones, cooperativas y redes. Estas asociaciones harían posible, además, que los actores más vulnerables del campo puedan ejercer presión, como sujetos colectivos, ante las entidades encargadas del diseño y la ejecución de las políticas públicas del sector¹⁷.

Asesoría

Hay necesidad de crear empresas asesoras, públicas o privadas, para apoyar a los artistas y creadores independientes, las comunidades rurales y las organizaciones comunitarias. Estas asesorías serán fundamentales en esos escenarios concretos si son sensibles al contexto y están guiadas por comunidades de práctica que tengan conocimiento del entorno cultural y administrativo.

Para evitar inequidades es recomendable que la formalización sea diferencial y que se realice de acuerdo con la tipología de las ICC y su nivel productivo. Dependiendo del estado y las características que tenga la organización, debe corresponder un modelo diferente. Si se cuenta con una buena caracterización de las ICC será más fácil definir diferentes rutas. Esto permitirá evaluar el nivel productivo y su relación con la comunidad creadora que está detrás de ese contenido, y ayudar a definir otras vías de formalización equitativas y adecuadas.

Teniendo en cuenta que los tipos de formalización responden a legislaciones nacionales que se aplican a cualquier tipo de empresa, las

17 Secretaría Técnica del Foco de Industrias Creativas y Culturales de la Misión de Sabios. Eje de articulación sobre creadores e industria. Evento realizado en Bogotá el 8 de mayo de 2019 en la Universidad Central, mesa n.º 1, Natalia Castellanos (moderadora), Antonio Sánchez Viana (relator).

asociaciones, gremios o sindicatos del sector deben hacer pedagogía sobre las condiciones de trabajo y su dinámica de funcionamiento y buscar formas de flexibilización laboral que no sean sinónimo de precarización. Hay que tener en cuenta que cuando se habla de flexibilización laboral suele ser en contra del trabajador y a favor del empleador. Se requiere que se atiendan necesidades de organizaciones con poco músculo jurídico y financiero. La asociación, de nuevo, se presenta como una necesidad urgente del sector. Los gestores y organizaciones requieren agremiarse y participar en la construcción de criterios, políticas y programas. A pesar de las barreras culturales que evidentemente tiene la asociación en nuestro medio, este es un tema prioritario.

El sector debe capacitarse en todo lo concerniente a la formalización: desde asuntos prácticos como elaborar manuales para cada convocatoria, que expliquen los requisitos y cómo se accede a ellos, pasando por la comprensión de la existencia de los beneficios económicos periódicos (BEPS) destinados a gestores culturales, y todo lo que conduzca a romper el miedo a la formalidad con el acceso a la información. Para muchos actores del sistema participar en convocatorias suena costoso, lejano, aterrador y peligroso. El hecho de que en los territorios, especialmente, las mismas cámaras de comercio no cuenten con información y conocimiento del sector cultural, solo agrava la situación.

La obligación de formalización para acceder a los incentivos es una barrera frecuente en estos modelos de negocio. Muchas veces las empresas del sector cultural se formalizan sin tener claridad sobre sus posibilidades y sin comprender las implicaciones sobre su estructura operativa y sus condiciones de trabajo, impulsadas por el interés de las cámaras de comercio de cumplir con el indicador de número de empresas registradas.

Universidades

Tradicionalmente las universidades han sido vistas primordialmente como generadoras de conocimiento y formadoras de talento humano. Si las consideramos instituciones vinculadas natural y necesariamente con el SNCTI, es conveniente tratar de identificar qué otros papeles pueden desempeñar para facilitar la articulación entre creadores e industria en las ICC.

En primer término, las universidades están llamadas a ser una plataforma para la discusión entre el Gobierno y los agentes del sistema cultural. Sin embargo, muchas personas del campo cultural y artístico, con razón o sin ella, perciben que las universidades cumplen roles muy restringidos y actúan en ámbitos muy acotados. Pese a ello algunas experiencias del propio SNCTI han mostrado que, en asocio con algunas empresas, las universidades pueden ser claves para implementar procesos de innovación. Hay que hacer más visibles esas experiencias. Adicionalmente, las propias universidades han trabajado desde hace mucho tiempo con esquemas variados, conscientes tanto de las dificultades como de las oportunidades que estas relaciones brindan. Algunos grupos de investigación acompañan a empresas o estas van a las universidades para encontrar soluciones a problemas específicos.

Es determinante que se fortalezcan las relaciones entre la cultura, las artes y las industrias creativas y culturales con la universidad. Es importante que se creen convocatorias públicas, con recursos del MinCTI o de otra fuente, que favorezcan ese tipo de relaciones, para que las universidades, acompañen procesos de formación de agremiaciones; apoyen procesos de creación de comunidades como ya ocurre con muchos programas de diseño; apoyen procesos productivos como ya ocurre con proyectos de economías alternativas. En este momento, la mayoría de las universidades ayuda con sus propios recursos, pero es conveniente que el sector sea estimulado con convocatorias específicas. Por ejemplo, destinando recursos para proyectos conjuntos sobre distribución y circulación de contenidos culturales, o para producir contenidos provenientes de algún otro actor del sistema, o bien para apoyar procesos de creación colaborativa directamente con comunidades, entre otros.

Entendiendo las universidades y otros centros de producción de conocimiento como espacios de circulación, se podrían convertir en socios clave por ser espacios casi naturales para acoger contenidos que no circulan por otros medios, pero cuya importancia cultural, social o estratégica debe garantizarse.

Comprendiendo que se trata de apuestas de mediano y largo plazo, las universidades pueden tener relaciones más directas y conscientes con el sector y con estas industrias, y mayores oportunidades para asentarse como factores de desarrollo de las ICC. Pero si en ellas se aplican de entrada criterios muy ajustados de factibilidad y viabilidad, las universidades no podrán ofrecer los nuevos esquemas de formación y colaboración que el medio necesita.

Asimismo, la Universidad está llamada a reconocer las necesidades emergentes del sistema y la urgencia de una oferta formativa disruptiva para los retos que se avecinan. Los temas y objetos de investigación deben ampliarse, buscar relevancia para el sector cultural y las organizaciones, y hacer visible mucha investigación de calidad que ha contribuido a caracterizar la cultura del país, estudios que tratan de entender qué pasa con festivales, cómo se produce la cultura en cierto sector de la industria o en algún territorio particular, entre muchos otros temas. Esta valiosa información no influye en los tomadores de decisión ni a quienes formulan las políticas públicas porque queda encriptada en ámbitos muy cerrados, no es fácil de conseguir o no tiene la difusión deseable.

Además de su rol natural como centros de formación e investigación para el Estado u organismos nacionales e internacionales, las universidades pueden cumplir otros roles, especialmente dinamizar y articular las relaciones entre diferentes actores y ámbitos. Pero mientras se vean obligadas a hacerlo con recursos propios, su capacidad se verá restringida. Se requieren recursos públicos por convocatoria para hacer ese tipo de enlaces sectoriales e intersectoriales.

La relación con la ciudadanía y la formación cultural del ciudadano es otro campo de acción que las universidades deben trabajar con decisión e imaginación. Así como se implementaron los consultorios jurídicos como escenarios de proyección social y de apoyo a la formación, se pueden crear unas “oficinas para el fomento de la ciudadanía cultural”, que desde las universidades presten asesoría gratuita sobre temas culturales y faciliten la relación entre el Estado y la ciudadanía en esta materia.

Integración de las cadenas de valor

Algunas barreras

El diálogo interrumpido de saberes entre los integrantes de las cadenas de valor y la falta de integración entre el creador y el consumidor final muestran la necesidad de valorar las externalidades derivadas de la interacción de todos los eslabones y la urgencia de incorporar sus lógicas en la toma de decisiones a lo largo de todo el proceso.

No siempre hay claridad suficiente acerca de la posibilidad de crear valor por parte de cada eslabón de la cadena. La creencia de que el valor reposa en el creador no permite ver que los demás integrantes aportan de manera definitiva en el proceso de desarrollo del producto, contenido o servicio. En muchos casos estos no aportan valor en intensidad deseable porque no saben cómo o porque no sienten reconocimiento por su labor.

Para identificar los puntos clave de creación de valor es imprescindible favorecer la comunicación entre actores, fortalecer procesos de sistematización de experiencias y aportar investigaciones de referencia que permitan a los agentes del proceso contar con ejemplos de formas de trabajo y desarrollos que ejemplifiquen las bondades de esa interacción.

La efectiva valoración de cada rol y el reconocimiento de su importancia requieren educación y sensibilización explícita y sistemática de los actores a nivel interno y externo a las cadenas de valor. Mientras estos eslabones no sean visibles, mientras no sean identificados como agregadores de valor en el producto final, los futuros profesionales del sector cultural seguirán teniendo una relación ocasional con ellos, y seguirán idealizando el rol del creador.

Es importante que cada sector conforme en torno suyo una cultura de la información sobre los procesos creativos que se extienda en cada uno de sus eslabones y que esté reforzado por alianzas con instituciones educativas en diferentes niveles para garantizar formación en ellos desde etapas tempranas.

Cambios en el enfoque de la formación

En general, la formación de los profesionales del sector, en el nivel técnico, tecnológico y universitario, no está estructurada a partir de escenarios transdisciplinarios que vinculen diferentes roles y pongan en evidencia, en la práctica, la importancia y las posibilidades de desarrollo de un proyecto de vida en torno a ellos. En ese sentido, la barrera que debemos superar es educativa y cultural. Es necesario romper la visión lineal que invisibiliza y trivializa los aportes de algunos de estos eslabones. La idea es tomar conciencia de que cada eslabón agrega elementos y atributos al producto o servicio, que su aporte es la continuación del proceso previo y preparación para los siguientes; que cada uno de esos eslabones, al estar relacionado con otros campos disciplinares u otras comunidades de práctica, inserta redes y entrecruzamientos más vastos y complejos. Dicho de otra manera: hay que trabajar para que cada eslabón sea reconocido en su especificidad, como factor que aporta un perfume, un matiz, un rasgo y unas cualidades que hacen el producto más interesante y apetecible para nuevos usuarios, propicia nuevas relaciones, amplía los sistemas de valoración, lo inserta en nuevos mercados y lo abre a nuevos horizontes de sentido.

Educar la ciudadanía para las industrias creativas y culturales

Con esta claridad, es posible apreciar que los productos, contenidos o servicios culturales son sistemas condensados de relaciones que operan en diferentes niveles. Entre más complejos, audaces y claros sean, aumenta la posibilidad de que estén disponibles en distintos nichos y formen parte de campos de interés más amplios y diversos.

Mientras los ciudadanos no cuenten con información acerca de cómo funcionan las industrias culturales, no tendrán oportunidad de conocer los requerimientos de la producción de excelencia y estarán limitados por una visión estereotipada y estrecha de sus alcances y posibilidades. Los procesos de formación deben enfatizar en ello, ojalá a través de procesos pedagógicos y materiales didácticos que, desde el colegio, permitan a las comunidades académicas acercarse a esta visión sistémica del campo cultural. La práctica de esos roles en la formación es clave para valorarlos

como parte de un todo integral. La formación debe enfatizar en la comprensión teórica y práctica de todo el proceso y llegar a la especialización posteriormente, no desde el inicio y sin relación con los otros momentos de la cadena y las demás lógicas de los procesos.

Sobre este asunto la academia tiene un inmenso desafío: imaginar y poner en marcha nuevos proyectos de formación con mayor énfasis interdisciplinar desde una perspectiva que permita romper la división tajante entre diferentes roles. Del lado del sector de la cultura, el desafío es fomentar –entre agremiaciones, campos disciplinares y círculos de formación– la discusión de las razones por las cuales el creador no se entiende como parte de un sector productivo, pese a que, de hecho, pertenece a él y es un actor principal. En ambos casos se trata de superar la idea del artista aislado, y tomar conciencia de su puesto dentro de un campo relacional complejo e interdependiente.

Relación entre artes y sector productivo

Teniendo en cuenta la distinción entre valor cultural y valor económico, explorada en otras secciones, hay que señalar que en la cultura está muy instalada la idea de que se trata de valores necesariamente excluyentes. Desde un ángulo se privilegia la creación, el arte, los valores estéticos, su valor simbólico o identitario; y desde el otro la lógica de rentabilidad. Debido a esa valoración polarizada hay enormes dificultades para integrar y comprender la relación de las artes y la cultura con el sector productivo. Es claro que no es posible, y probablemente ni siquiera deseable, un consenso al respecto, pero podemos aspirar a unas visiones menos radicales que sean capaces de generar diversidad, esquemas mixtos, procesos de desarrollo en ambas direcciones y una comprensión de que su incompatibilidad puede verse matizada en proyectos concretos, sensibles a ambas lógicas y conscientes de que hay valores que son inconmensurables¹⁸. Mientras

18 Que resulten inconmensurables significa, como señala Lukes (2018), que “tal vez no exista escala o medida mediante la que un valor pueda ser juzgado como superior, inferior, o igual a otro. O aceptar que quizás no exista un patrón común con el que clasificar los valores”.

haya un rechazo abierto y total, fruto de esa mutua exclusión, habrá fragmentación y reinará la desconfianza.

Generación de valor

Hay generación de valor antes de la creación y la producción mismas, y hay valor agregado en varios niveles. La construcción de ideas puede depender más de un entorno cultural rico y diverso que de las habilidades concretas del creador. Más que una agencia individual, que presuntamente pone en marcha todo y es el punto cero del proceso creativo, hay que destacar que un entorno cultural adecuado ya es factor de creación de valor por sí mismo, puesto que da un sello a la producción y crea condiciones para que sucedan los procesos ulteriores.

Hay otro potencial enorme de agregación de valor en la sofisticación técnica de la producción de acuerdo con estándares de cada industria. Finalmente, hay otro potencial en la apropiación y retroalimentación por parte del público, en el paso de una cadena de valor a una *ecología* de creación de valor. Recordemos que desde esta perspectiva el consumidor es además un cocreador que va añadiendo valor, todo el tiempo, a los contenidos.

Como se ha señalado, cada uno de los eslabones aporta, tecnifica y nutre los productos. Para que ello ocurra, la circulación de información es fundamental. Cuando se presentan cortocircuitos se genera ruido, reprocesos y obstáculos de diversa naturaleza. Cuando adicionalmente se cuenta con una regulación bien definida, que permite conocer los límites y posibilidades de cada uno de los eslabones de la cadena, la información es más fluida y cualificada.

Pensar la creación

El concepto de creación debe problematizarse para no dar por sentado que hay un acuerdo en su uso y alcance en las ICC. Si la entendemos como generación de conocimiento y como una manera de comprender e interpretar el mundo, el concepto revela una dimensión más profunda de lo que el término habitualmente connota, puesto que reconoce los elementos creativos implicados en el contexto, en la creación del producto y en los consumos y apropiaciones.

La creación, así entendida, ofrece externalidades que tienen un impacto cultural, comercial y social. En particular, hay que destacar la importancia de la confrontación con el público, el usuario o el destinatario del proceso, puesto que aporta nuevos significados y alcances a la obra. El usuario, en ese sentido, debe ser reconocido como un gran agregador de valor. Cada eslabón, entonces, agrega recursos, capacidades y relaciones que retan de manera distinta a un consumidor que también es un cocreador. En la medida que cada uno de los eslabones sean más conscientes de ello, aumenta la complejidad y con ella la riqueza de la cadena de valor.

Investigar y experimentar

La creación de contenidos requiere investigación y experimentación, y debe estar enriquecida por las características de la práctica creativa propia de cada una de las artes involucradas en los diferentes eslabones de la cadena de valor, así el producto final se enriquece y se dota de un sello de singularidad. En ese sentido, más que un chispazo individual, o un momento de emergencia súbita de ideas, la creación debe tratarse como una disposición, cuyas condiciones pueden ser construidas contextualmente a través de espacios estimulantes y enriquecidos que propicien condiciones de trabajo para el encuentro con lógicas, personas y procesos de diferente naturaleza. Esa experimentación, propia de los procesos artísticos, pero también de la ciencia, permite avances en el conocimiento y posibilita conexiones inéditas entre ideas, disciplinas, materiales y estéticas.

Reconocer el carácter no lineal de la cadena tiene como corolario enfatizar el aporte de los *prosumidores*, consumidores que al mismo tiempo producen contenidos, que inciden en los diversos eslabones y modifican los sentidos, usos y significados del producto final. Por ello la promoción y divulgación, asociada al cuidadoso diseño de la presentación comercial del producto o servicio, es fundamental para que circule y se distribuya de manera efectiva y llegue a los destinatarios. El monitoreo, seguimiento y evaluación de esos procesos y su retroalimentación son recomendables para cualificarlos, acciones en las que existe debilidad en nuestro medio.

Es necesario fomentar las prácticas de circulación y validar su rol protagónico para conectar con el consumidor y lograr amplificar y magnificar

su impacto en la industria. Es indispensable alimentar el intercambio entre los creadores implicados en cada uno de los eslabones de la cadena de valor y quienes van a establecer contacto con el servicio, contenido o producto, es decir, con los públicos destinatarios. En ese sentido resulta muy importante incentivar y mejorar el conocimiento de la experiencia del receptor, consumidor o destinatario final de los productos, contenidos o servicios culturales.

Asociación y articulación

Los *clusters* y en general las formas diversas de agremiación pueden ayudar a crear reglas de juego claras, estimular condiciones de trabajo más protegidas y reglamentaciones para la libre y sana competencia. Las articulaciones con otros estamentos organizados pueden permitir situar los productos y servicios con mayor facilidad y dentro de condiciones más favorables a sus lógicas y necesidades y, de paso, contribuir a formar los intermediarios y el público.

Esa asociación puede ayudar a crear una masa crítica con capacidad de interlocución para lograr mayor incidencia en la política pública y mejorar las condiciones de todos los actores de la cadena. Para fomentar esas formas de agremiación, quizás sea mejor transformar los estímulos directos o apoyos financieros a ciertos actores en apoyos a proyectos integradores de diferentes procesos, lógicas y escalas, donde sea evidente, por la misma dinámica de cada ecosistema, que se hace efectiva una valoración y una adecuada remuneración de esos roles¹⁹.

Para lograr esos cambios se necesitan transformaciones paralelas en el sistema educativo. Las rápidas transformaciones del mundo, la industria y la tecnología tornan obsoleto muy pronto lo que hoy parece imprescindible, inapropiado lo que parece necesario y caduco lo que prometía ser permanente. Dichas transformaciones se deben expresar en una oferta de

19 Un ejemplo interesante es la noción de “ecosistema científico” que se ha usado en el marco programa Colombia Científica, mediante el cual se busca la creación de capacidades para la investigación a través de alianzas.

formación que permita que la relación de la academia con las necesidades del país en el escenario actual de las ICC sea más fluida y efectiva.

Hacia otras formas de reconocimiento

Hay que incrementar las posibilidades de reconocimiento y validación social por vías diferentes a la academia. Sin negar la importancia de las titulaciones universitarias –como legitimadoras del conocimiento, como factor clave del reconocimiento social y como activadoras de capital social y cultural–, tenerlas como el referente principal o único puede hacer que las sabidurías ancestrales, los conocimientos vernáculos y el saber práctico de las comunidades queden por fuera de todo circuito de apoyo y reconocimiento. Hasta tanto no se reconozca que vivimos en un país que cuenta con una amplia riqueza en producción de conocimiento de naturaleza diferente al conocimiento científico y académico, los productos provenientes de aquellos grupos no titulados en las universidades no tendrán las mismas oportunidades para competir en el mercado de bienes y servicios culturales.

Capitalizar los saberes

Es importante beneficiarse del talento humano formado en el exterior, especialmente en asuntos de alta tecnología, y de los saberes de los eslabones intermedios de las cadenas de valor que no son tan visibles. Hay que crear condiciones para que esas personas puedan ser líderes de nuevas comunidades de aprendizaje, dado que el país carece de ese tipo de formación. Se sugiere extender beneficios tributarios a la empresa privada que brinde apoyos a diferentes eslabones de la cadena de valor y crear alternativas adaptadas a las necesidades específicas de las organizaciones para participar en esa oferta.

Cerrar brechas

Además de la carencia de una oferta de opciones de apoyo, en las regiones y territorios del país falta información sobre las posibilidades de convocatorias, financiamientos, ayudas o posibilidades de articulación. Además, hay un gran desconocimiento de las políticas públicas existentes.

Es importante reducir la brecha entre el centro y la periferia. Las cadenas de valor eficientes tienen mayores y mejores dinámicas en los centros urbanos, pero es en las regiones donde emergen con mucha fuerza recursos para la creación del conocimiento, desarrollos tecnológicos y procesos de innovación. Reconocer esta realidad es fundamental para relacionar diferentes campos y propiciar flujos de valor que no dependan de la concepción lineal de una cadena especializada por subsector, sino que integren distintas cadenas dentro de las ICC.

Será posible desarrollar estrategias que fortalezcan la creación y las prácticas de trabajo en equipos interdisciplinarios e interregionales, a lo largo y ancho de la cadena, a través de convocatorias o emprendimientos colectivos que permitan recaudar y acceder a recursos, así como fomentar la cooperación, el intercambio y la circulación de la información. Todos los integrantes de la cadena deben entender el papel que juega cada uno y cómo se complementan, interactúan e integran para alcanzar mejores resultados.

Experimentar en la circulación

Es muy importante fomentar formas experimentales de circulación y construcción de públicos y construir espacios para la experimentación en esa materia. Las propuestas alternativas sobre canales de distribución, circulación o puesta a disposición del público no tienen espacio donde tramitarse porque los circuitos están muy ajustados a las lógicas de las industrias tradicionales. Además, a pesar de los esfuerzos, los criterios de valoración de la producción artística siguen privilegiando la presentación o publicación en circuitos y espacios tradicionales, lo cual constituye un castigo para las formas emergentes de circulación, que son vitales para la circulación libre de diversas formas creativas y, en últimas, para la diversidad cultural del país.

Más argumentos sobre la necesidad de transformar el sistema educativo

Las universidades no envían suficiente información a la sociedad y a la industria sobre el alcance de los perfiles de sus egresados, ni dejan claro el

campo de posibilidades laborales de los profesionales que forman. En un mundo con necesidades emergentes, esta falta de claridad perjudica tanto las posibilidades de desempeño laboral de los egresados, como a la industria, que no entiende cómo esos perfiles generales y abstractos responden a sus necesidades particulares. La noción extremadamente disciplinar que los profesionales tienen de sus posibilidades laborales reduce su incidencia en un mundo donde las formas de trabajo son transversales e híbridas²⁰.

La práctica, la experimentación, el contacto con el suelo rocoso de la realidad y sus problemas darán nuevos perfiles a los profesionales y los hará más aptos para contribuir al desarrollo del país. Una formación que no deja espacios para la pregunta, la prueba y el error, una educación concentrada en el conocimiento declarativo y la legitimación del pasado poco ayuda a crear personas conectadas con las necesidades del presente que reclama soluciones que desafían el orden establecido y las bases mismas del sistema de reconocimientos sobre el que está estructurado el sistema educativo. En ese sentido, los procesos de formación de esta naturaleza, más ligados a necesidades reales y a un diálogo entre conocimiento y problemas de la sociedad contemporánea, puede ayudar a crear un ciudadano más activo, un consumidor más crítico, un sujeto social más agudo y creativo, un sujeto capaz de transformar realidades.

Infraestructura y tecnología para las industrias creativas y culturales

Infraestructura, tecnología y la brecha regional

Por una mezcla de razones económicas, educativas y geográficas, algunas regiones del país y una amplia capa de población nacional no accede ni

20 En efecto, no es lo mismo un filósofo experto en la doctrina especulativa de la historia de la filosofía que alguien preparado para pensar problemas, discutir soluciones, resolver entuertos conceptuales, aportar en la construcción de diálogos inteligibles, apoyar procesos de comunicación y crear puentes entre distintas formas de pensamiento de su cultura y su contexto. Este asunto es fundamental en la transformación educativa que el país requiere.

se ha apropiado las tecnologías de información y comunicaciones (TIC). La falta de infraestructuras tecnológicas y económicas las margina de eventuales ventajas competitivas y los beneficios que pueden alcanzarse a través de las ICC.

¿Cómo afecta el desbalance regional de infraestructura y tecnología a las ICC? Las brechas de inequidad se amplían porque estas regiones tienen menor participación y menores posibilidades de expresión cultural. A pesar de que las culturas tradicionales y regionales son uno de los principales activos de las ICC, la falta de condiciones para su inserción en el mapa cultural nacional y global afecta la valoración social que las propias regiones tienen de su patrimonio, sus posibilidades económicas, sus aportes a la memoria cultural del país y su potencial para movilizar el desarrollo regional. El desbalance produce un declive del autorreconocimiento de las regiones y afecta todos los procesos de la cadena de valor en términos de calidad, alcances e impactos.

La creación de centros culturales comunitarios en los municipios del país, financiados con recursos de regalías, sería un logro disruptivo que propiciaría un cambio de prioridades en favor de lo local. Igualmente, un potenciador de las ICC locales sería la adaptación de edificios emblemáticos, o de sitios de relevancia histórica o cultural, para que presten diversos servicios y permitan visibilizar las vocaciones culturales regionales. Estos ejercicios –que requieren de una gran concertación política, transparencia y claridad administrativa– pueden movilizar la imaginación social hacia una idea de desarrollo con identidad cultural. Diseñados con un cuidadoso perfil de organicidad, modularidad y con un marcado carácter multi vocacional, tales infraestructuras serían espacios para que empresarios, sociedad civil, universidades, emprendedores y organizaciones sociales, puedan trabajar en redes de cooperación.

El desbalance evidente entre regiones desanima la creación de ICC porque el sector no ve cómo desarrollarse donde no hay modelos exitosos de intervención cultural y administrativa. Para las industrias y emprendimientos que ya existen en las regiones, ese desbalance dificulta su desarrollo y sostenimiento, pues inhiben el principio de agregación según el cual a más consumo cultural, más posibilidades de aumento de participación en

consumos afines y mayores capacidades de acceso, disfrute y apropiación de otros campos de las artes y la cultura. La diversidad de las condiciones de tecnologías y de infraestructura en las regiones bloquea la creación de un sistema coherente e integrado a nivel nacional y entorpece los procesos de integración de servicios, agendas y circuitos. Esta inequidad afecta el sistema en su conjunto.

Por otra parte, el desbalance implica una ruptura de los ciclos diversos de producción cultural. En otro apartado de estas memorias de las sesiones se habló sobre la necesidad de circulación interregional de insumos, personas, procesos y contenidos culturales, y se ha identificado la necesidad de condiciones materiales, administrativas y políticas para que esta relación sistemática se produzca. La falta de infraestructuras que soporten el tránsito y la movilidad de las manifestaciones de la diversidad cultural produce un desaprovechamiento de los valores que esos productos y procesos ejemplifican, y causa un retroceso en el proceso de formación de una ciudadanía capaz de apreciar la riqueza cultural de su territorio, y de sentirse estética y éticamente comprometida con el disfrute y cuidado de este importante patrimonio.

Necesidades de comunicación, redes y formación

Claramente hay una necesidad de comunicación con los lugares donde no llegan los beneficios de las industrias creativas, para comprender sus particularidades y abonar el terreno para persuadir a los agentes locales y regionales –ciudadanos e instituciones públicas y privadas– acerca de las posibilidades que las infraestructuras y la tecnología pueden abrir para el desarrollo regional.

La consolidación de redes regionales de espacios e infraestructuras culturales, y a través de ellas de una red nacional, permitiría un flujo muy estimulante de contenidos, agentes, recursos y saberes. Es deseable que tales espacios sean concebidos para la participación social, gestionados mediante mecanismos de corresponsabilidad y que estén dotados de tecnologías proyectadas hacia el futuro que puedan ser adaptadas a la velocidad y audacia de las transformaciones tecnológicas, así como a las vocaciones locales y a sus rasgos idiosincrásicos. Dichos espacios están

llamados a incentivar explícitamente las capacidades de los agentes locales y hacer visibles las particularidades del territorio, además de estimular el encuentro de discusiones relevantes para la formación ciudadana.

Algunos círculos del sector cultural desestiman a veces la importancia de las infraestructuras y los equipamientos. Se requiere una pedagogía acerca del valor e importancia de las infraestructuras culturales en el modelo de desarrollo de las industrias creativas y culturales, puesto que el propio sector desconoce su potencial o tiene una visión sesgada de su lugar como eje transformador del pensamiento y la acción cultural. Debe trabajarse en la conceptualización de su sentido. El antecedente de las “ciudades creativas” –en cuya médula hay una concepción más amplia e integradora de sus posibilidades, más allá de su función como espacios u objetos arquitectónicos– permite resaltar su relevancia como construcciones conceptuales y como dispositivos para alentar la apertura mental y la imaginación ciudadana (Landry, 2005).

Aunque las razones del desbalance regional sean variadas, ahondar en el problema conceptual que impide ver el alcance de estas infraestructuras culturales, más allá de su condición puramente material, dará luces acerca de sus usos, posibilidades y alcances.

Las infraestructuras y las transformaciones del pensamiento y la sensibilidad

Comprender que el entorno construido propicia cambios en la concepción de la vida, el espacio, el cuerpo y el pensamiento es indispensable para pensar de otra manera la importancia de las infraestructuras y los equipamientos. Las transformaciones del paisaje urbano en muchos países, mediante transformaciones de la infraestructura, ha generado formas inéditas de habitar la ciudad, redefiniendo las interacciones sociales y operando cambios en los imaginarios acerca de personas, objetos y usos sociales del espacio público y el tiempo. En efecto, es preciso comprender que los entornos construidos se convierten en espacios de reconversión ciudadana, puesto que al tiempo que va operando el fortalecimiento del tejido artístico y cultural, y se apoya la visibilidad de las artes y los artistas,

la infraestructura opera como un factor que modifica el pensamiento y modula la sensibilidad (Landry, 2005).

Es necesario comprender que los espacios y las infraestructuras propician cambios de mentalidad, transformaciones en la representación de lo posible y lo pensable, y que generan nuevas formas de sociabilidad, consumo e identidad. Es preciso concebir ecosistemas, incluso a escalas pequeñas, que involucren en formas puntuales oferta educativa, circulación, espacios físicos, recursos para la producción, entre otros.

Sería interesante crear un Centro Cultural que sea además una incubadora de proyectos culturales: un lugar donde se generen procesos, donde las universidades acompañen a generadores de contenidos, con una oferta cultural que se desprenda de esos mismos procesos, un lugar donde ocurra tanto la creación de conocimiento, como su transferencia. Este centro cultural puede ser al mismo tiempo formador de audiencias, incubadora de empresas y un nicho de gestión cultural y apropiación, de tal modo que permita reunir procesos aislados. De estas consideraciones se desprende la iniciativa emblemática de la Red Nacional de Viveros Creativos (ver más adelante en la página).

Infraestructura y tecnología para diferentes eslabones en la cadena de valor

Aparte de las necesidades de los creadores y los intermediarios de consumo, hay otras necesidades de infraestructura y tecnología en otros eslabones de la cadena de valor:

- Resolver los grandes vacíos de información para la toma de decisiones en el sector, que dependen de recursos tecnológicos que recopilen y ofrezcan datos sobre audiencias, mercados, creadores, intermediarios, capacidades instaladas, etc.
- Instalar tecnologías para la generación y comunicación de conocimientos y herramientas orientados hacia la difusión y mercadeo, información que es al mismo tiempo generación de contenidos.
- Fortalecer los medios de comunicación locales y regionales para que la producción cultural tenga una buena circulación, teniendo

en cuenta que no en todas partes se cuenta con diseño publicitario disponible al servicio de estas necesidades, ni canales por donde circular.

- Hacer investigación de mercados para conocer las formas de consumo y la percepción de las audiencias y públicos en las diferentes expresiones creativas y culturales. En todos los casos, esto supone garantizar infraestructuras adecuadas e inversión en tecnología.
- Construir infraestructuras destinadas a la producción, almacenamiento, circulación y puesta en escena de los contenidos de creación²¹. Deben ser espacios multipropósito de divulgación y encuentro, articulados con los centros educativos universitarios que realicen investigación para conocer los efectos de la experiencia vivida, las características demográficas y socioculturales de los públicos, los modos de recepción de las audiencias y las tendencias del consumo cultural. Estos insumos harían que desde los niveles local, regional y nacional el sector se vuelva paulatinamente más sofisticado en la oferta de información, promoción del consumo y educación para la sensibilidad de diferentes segmentos de la población; y, al mismo tiempo, más experto en la formación para el disfrute y apropiación de los contenidos culturales. Estas plataformas y estos esquemas de producción de contenidos sobre la oferta cultural y de servicios, organizadas en red, pueden generar importantes avances en el manejo de la publicidad conexas, modelos de captación de nuevas audiencias y estrategias de fidelización del consumidor o de las audiencias.

21 Una alternativa son las plataformas de creación de contenidos que incentiven la creación de audiencias. Si existieran esas plataformas, por ejemplo en video, los públicos podrían estar mejor preparados para la asimilar, disfrutar y consumir la oferta cultural. La experiencia digital del Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo es una referencia que merece ser tomada en cuenta, pues ha permitido compartir contenidos que crean expectativas, brindan contexto a la recepción, dan a conocer el perfil de los artistas o permiten tener un atisbo de lo que se va a encontrar en determinado escenario o nicho.

- Fortalecer la programación cultural como una dimensión creativa de producción de contenidos para el rediseño del contacto con nuevos públicos, apoyada en plataformas tecnológicas adecuadas, situando la oferta cultural más allá de criterios técnicos e históricos especializados, relacionándola con experiencias humanas de interés amplio.

Dependencia de infraestructura y tecnología extranjeras

Las mejoras progresivas en conectividad y digitalización han hecho que buena parte de los contenidos generados en el país busquen circular a través de distribuidores y plataformas de consumo en línea. Es crucial para la salud de las ICC preguntarnos cómo afecta a la producción cultural y a la industria nacional la proliferación de negocios basados en plataformas con infraestructura y tecnología ubicadas fuera del país²².

Por una parte, es probable que situarse en las plataformas facilite el trabajo en algunos niveles, pero probablemente a expensas de la capacidad de asociación, que se ve afectada por el hecho que la vinculación es con la plataforma y no siempre entre los diversos actores y agentes de la cadena de valor. Experiencias recientes de plataformas exitosas como Netflix y otras OTT (*over the top media services*) muestran que aunque los contenidos queden disponibles globalmente, pueden ser invisibles localmente. Si no se cuenta con peso, nombre o trayectoria que permita negociar, el contenido queda virtualmente sepultado dentro de las toneladas de producción que estas plataformas congregan.

Otro efecto es que puede producirse una fuga de impuestos y de recursos porque las transacciones se producen fuera del país, haciendo

22 Antes de responder esa pregunta, resulta curioso que al hablar de conectividad, poco se habla de la infraestructura física donde se ancla la virtualidad, la conectividad y la digitalización (servidores, edificios, tecnología, cableados, etc.). Adicionalmente, la importancia del mecanismo de "aduanas especiales", gracias al cual es posible un pacto de aduana cero, es clave para estimular el desarrollo tecnológico de las ICC. Se trata de una decisión política que tiene un impacto considerable, y sobre la cual hay experiencias de referencia, como ocurrió hace algunos años como estímulo a la industria del libro.

que ciertos segmentos de la cadena de valor no tengan oportunidad de desarrollarse a nivel nacional. Estos nuevos modos de relaciones que se dan en la industria, por su naturaleza móvil y en permanente transformación, deben ser monitoreados para ver sus alcances, posibilidades y riesgos. Hay que pensar la conveniencia de desarrollar plataformas nacionales, hasta donde sea posible y deseable, y concebir nuevas formas de asociación que puedan mejorar la capacidad negociadora de las industrias nacionales frente a este tipo de agentes, tanto a nivel nacional como en el mercado global, y lograr mejores condiciones de uso y participación²³.

Resulta interesante constatar que este escenario complejo genera posturas encontradas y preguntas muy inquietantes sobre el carácter subordinado del país frente al poder de esas plataformas transnacionales, o las eventuales alternativas que existen más allá de la aceptación resignada de sus reglas de juego. ¿Contamos con las condiciones para pensar, de manera realista, en la posibilidad de ser productores de tecnologías de punta, o debemos reconocer que se trata de una mera fantasía derivada de la política naranja? ¿Tenemos las capacidades financieras para hacerlo? ¿Si Europa en conjunto no ha podido hacer frente a gigantes como Google, es realista decir que podemos negociar con ellos y buscar condiciones favorables? Preguntas de esta naturaleza surgen en la mesa y muestran que más allá de las visiones más pesimistas u optimistas estamos ante un escenario marcado por la complejidad y la incertidumbre.

La forma como el país debe moverse ante esas plataformas globales y lo que debemos apostar en relación con ellas inquieta al sector. ¿Debemos asimilarnos, competir o buscar alternativas? Se argumenta que con soluciones locales es posible apostar al desarrollo tecnológico, con una visión clara de largo plazo, con recursos, con capacidad de negociación y aspirando a liderazgos regionales que nos catapulten y nos conviertan en punta de lanza

23 Esta misma necesidad de robustecer la asociación se da en relación con las universidades como productoras de contenidos culturales, que al estar aisladas y atomizadas pierden capacidad de negociación, presencia y participación en los rediseños de las reglas de juego de las industrias creativas y culturales que se dan en esta coyuntura.

en esos temas, desde nuestra ubicación geopolítica. La creación en México de un *cluster* de aviación en el estado de Querétaro, que ha formado 10 000 ingenieros aeronáuticos y fabricado aviones de forma exitosa, muestra que en la región esto es posible si se plantea adecuadamente. Si el país apuesta de verdad, de forma decidida, con una movilización adecuada de recursos humanos, tecnológicos y políticos, puede ser posible. Las tecnologías y plataformas desarrollan condiciones más competitivas, que pueden ser aprovechables, pero habría que estar atentos a crear una política de protección de la producción nacional para que lo local no quede subordinado al mercado externo y tenga condiciones de crecimiento y expansión.

Por otra parte, es importante no menospreciar ni dejar de robustecer el mercado local. Es preciso ampliar, consolidar y crear redes para distribuir y circular la producción local de los canales regionales, no solo por la importancia sociocultural de los contenidos, sino por todo el capital humano que está en capacidad de desarrollar esas plataformas, los empleos que genera y los recursos simbólicos que moviliza.

Proyecciones

Como la infraestructura dura y blanda y la tecnología son escenarios tan volátiles y con constantes cambios e innovaciones, ¿cómo debería anticiparse el Estado a las necesidades de infraestructura y tecnología de las ICC en los próximos treinta años? He aquí algunos escenarios y puntos de vista considerados:

- Facilitar que las empresas extranjeras se instalen en el país para producir *software* y tecnologías, y que contribuyan a fomentar capacidades para dejarlas instaladas, consolidando nichos empresariales de producción de contenidos. La experiencia de Chile (“Chilicon Valley”) puede ser un antecedente de referencia.
- Crear un mecanismo de vigilancia tecnológica para las ICC en cada región del país, de tal manera que se pueda verificar la dinámica propia de ellas en los territorios y, al mismo tiempo, que dé cuenta de las dinámicas entre regiones, de su comportamiento sistémico.
- Facilitar la circulación de expertos en todos los niveles y crear condiciones para que las iniciativas de los no expertos, con frecuencia

muy potentes e innovadoras, sean escuchadas, gestionadas y puestas en acción en los escenarios adecuados.

- Crear conexiones entre diferentes tipos de capacidades e intereses. Por ejemplo, un modelo para cruzar los intereses de los poseedores del patrimonio inmueble con intereses de productores culturales que busquen espacios de circulación. Al poner ese patrimonio al servicio de la producción y la circulación cultural pueden surgir formas de sostenibilidad interesantes para ambas partes. Esta idea, surgida en uno de los talleres del foco realizado en la Universidad EAN, puede ser generalizable: priorizar la destinación del patrimonio inmueble para la producción y circulación culturales.
- Incentivar la transferencia de conocimiento con prioridad en estas áreas, identificando oportunidades estratégicas de desarrollo. Por ejemplo, escenarios donde equipos alternativos propongan soluciones para la producción de contenidos a menores costos, desarrollando este tipo de tecnologías.
- Priorizar la descentralización en la infraestructura. El Estado debe cuantificar los riesgos de la dependencia tecnológica en estas industrias y hacer pedagogía –entre los agentes de la industria, las academias, las universidades y los creadores– sobre el cambio tecnológico y sus implicaciones culturales y estéticas, así como en las formas de consumo de los contenidos culturales. Las universidades están llamadas a trabajar para revertir el rezago en la comprensión de lo que está pasando en esta materia, en particular el cambio de la industria, que solo puede entenderse de manera interdisciplinaria, y priorizar el estudio de las transformaciones de las prácticas culturales.
- El Estado debe favorecer la digitalización, la sustitución de equipamientos obsoletos e, incluso, el aprovechamiento de las capacidades, alternativas y soluciones que pueden ofrecer equipos con tecnologías superadas o pasadas de moda. En esta etapa de transición tecnológica hay que trabajar en la optimización de los usos de la tecnología previa.
- El Estado debe anticiparse con una gran inversión público-privada en la infraestructura y las tecnologías específicas para las ICC. Para

ser exitosa, la apuesta debe ser visionaria, decidida y audaz y debe contar con incentivos para facilitar el acceso y la asesoría técnica. Se sugiere que sea una apuesta integral e integradora, para que todos tengan oportunidad de manejar esas tecnologías y aprovecharlas para su beneficio y el del país. Para lograrlo, debemos trabajar en un cambio de conciencia del sector sobre el nuevo escenario que abren las tecnologías y para que se perciba como una necesidad y una oportunidad. Hay que revertir la sensación de temor al cambio tecnológico y la resistencia que inhibe el cambio y lo obstaculiza.

- Incentivar la investigación en esta materia mediante becas e inversión de fondos para la creación de tecnologías de alta incidencia para el sector, evitando la banalización de la investigación. Sobre este asunto se han pronunciado académicos de diferentes contextos, llamando la atención acerca del predominio de una visión pragmática y utilitaria de la ciencia, que puede producir, por paradójico que parezca, un retraso científico y tecnológico.

Quintanilla (2017) señala el problema de un modo claro y categórico:

De hecho, en la política científica y tecnológica actual, en prácticamente todos los países, se plantea como un objetivo indiscutible no tanto o no solo el desarrollo del conocimiento, sino fundamentalmente el apoyo a la innovación. Esto quiere decir que el objetivo principal de las políticas científicas es fomentar la transferencia del conocimiento al sistema productivo creando riqueza a partir de aquel. [...] Es posible que una visión pragmática de la ciencia favorezca a corto plazo el desarrollo tecnológico pero, sin una cultura comprometida con el valor intrínseco de la ciencia como fuente de conocimiento objetivo y novedoso, será difícil mantener viva la fuente de innovación. (p. 218)

Esta reflexión es importante porque nos recuerda que el apoyo a la investigación científica debe ser una prioridad del país, si queremos situarnos en la vanguardia de la producción de conocimiento en algunos

campos aplicados. Los esfuerzos de la comunidad científica y del sector artístico y cultural son puntales irreductibles del desarrollo que le vamos a proponer al país y no debemos confundirlos. Esto supone, por otro lado, que el trabajo de los científicos y los creadores debe ponerse en diálogo con los emprendedores, innovadores, académicos y empresarios, para buscar usos, transferencias y aplicaciones de esas investigaciones en campos no contemplados en primera instancia. No obstante, se debe preservar el valor intrínseco de ambos campos de conocimiento, sin reducirlos a su aplicabilidad inmediata.

Apoyo e interés ciudadano

Considerando que los agentes del sector cultural tienden a ver las posibilidades de la tecnología y las necesidades de infraestructura desde una perspectiva muy tradicional, de alcance muy local, surge la pregunta acerca de ¿cómo generar interés hacia la apropiación de tecnologías y la generación de infraestructuras para el crecimiento del sector?

Sugerimos las siguientes alternativas:

- Hacer estudios de vocaciones regionales y de talentos en colaboración con redes de centros de formación, colegios, universidades y MEN.
- Crear proyectos de desarrollo local, análogos al proyecto de Colciencias llamado Ideas Para el Cambio, donde se lanzan retos a las regiones, nacidos en las propias comunidades, que generan nuevas dinámicas de fortalecimiento de actores y alianzas. También el formato de las *hackatones*, o maratones creativas, pueden servir para encontrar respuestas y alternativas desde lo local.
- Hacer accesible para todas las personas el uso de la tecnología disponible hoy, cerrando las brechas de su manejo crítico y creativo. La alfabetización tecnológica es necesaria para integrarla en la vida cotidiana.
- Consolidar incentivos comerciales de acceso y circulación de herramientas tecnológicas en el caso de los artistas, y promocionar sus beneficios y la manera como abren un espectro amplio de posibilidades al servicio de la creación.

- Incentivar la creación de programas de formación para el uso y apropiación de las nuevas tecnologías e implementar esa lógica en el corazón de los proyectos de formación del sistema universitario.

Regulación: aspectos tributarios y propiedad intelectual*

Es necesario explorar alternativas para que los estímulos vigentes relacionados con las ICC puedan articularse y ser sostenibles en una estructura fiscal de largo plazo. No es conveniente que esos incentivos dependan de iniciativas puntuales incluidas en el plan de desarrollo de un gobierno en particular, pues su capacidad de aportar cambios sustantivos en el sector está directamente relacionada con su sostenibilidad en el tiempo.

Esta circunstancia está relacionada con la necesidad de que el sector cuente con unas reglas de juego claras y estables, algo determinante para crear confianza en los inversores, estabilidad en los agentes y tiempo de insertarse en las dinámicas del sector, que a su vez requiere condiciones de mediano y largo plazo para obtener resultados y desarrollar sus procesos.

Debe estudiarse la conveniencia de una ley de mecenazgo que articule iniciativas ya contempladas o implementadas que no hacen parte de una estructura de incentivos de largo plazo. Es claro que el favorecimiento de las ICC desde el Estado requiere mecanismos para reorientar los recursos captados por vía tributaria mediante un mecanismo expedito, transparente y eficiente, con una normatividad consistente y condiciones claras y explícitas de participación.

Por otro lado, se reconoce la importancia de la formulación de leyes para el sector cultural –como la ley del actor (1975 de 2019), las leyes de cine (814 de 2003), la ley de espectáculos públicos (1493 de 2011)–, y todas aquellas que contribuyan a la definición de los oficios, ofrezcan seguridad social, defiendan sus derechos y todas las especificidades de

* Este apartado recoge elementos de las mesas de trabajo convocadas por el Foco de Industrias Creativas y Culturales y las discusiones de los miembros con varios agentes.

tipo laboral propias del sector. Es deseable que iniciativas como estas se extiendan para cobijar otras artes y otros trabajadores del arte y la cultura. En particular, hay que estudiar los mecanismos para expedir una ley de música, que en el pasado tuvo importantes avances, y que es determinante por el impacto que puede tener en la cualificación de uno de los sectores con mayor potencial del país.

Es importante reconocer que Colombia ha sido pionera en el diseño e implementación de políticas públicas en cultura y que ha expresado en Latinoamérica la necesidad de implementar la economía de la cultura como un campo de estudio para monitorear el sector y proponer cambios normativos que lo potencien. No obstante, se requiere un seguimiento más diligente en la apropiación y puesta en marcha de las políticas vigentes, protegiendo especialmente su viabilidad a largo plazo.

Se necesita un trabajo educativo para fomentar una cultura de filantropía, que permita aprovechar al máximo los estímulos e incentivos existentes e imaginar otros. Este cambio cultural requiere cambios en los imaginarios de los donantes, los beneficiarios y aquellos encargados de la implementación y veeduría.

Muchos actores del sector, en diferentes niveles, expresan la urgencia de intervenir los procesos para simplificarlos y hacerlos más accesibles a diferentes tipos de usuarios. En esta lógica de simplificación es muy relevante apelar al uso de lenguajes y terminología cercanos a la cotidianidad de los actores del sector.

La formalización empresarial y el estímulo al empleo no son suficientes para fortalecer el sistema en forma integral y con equidad. Es conveniente, como se ha señalado en otros apartados de este documento, atender la pluralidad de organizaciones, estructuras administrativas y objetivos misionales, para brindarles apoyo y estímulo que requieren. Es importante estimular la asociación puesto que es determinante en la consecución de logros colectivos y la defensa de los derechos. Algunos sectores ven afectada su capacidad de agencia e interlocución con otros sectores y con los ámbitos de decisión por sus dificultades para constituirse en colectivos que lideran procesos organizativos en el sector.

En el campo de la protección de los derechos de autor se debe tener cuidado de no generar inconsistencias al abrir paso a interpretaciones que obedezcan más a la lógica del *copyright* que a la de la legislación colombiana en derecho de autor.

Por último, es necesario trabajar en el diseño de indicadores cualitativos que permitan evaluar los impactos de las ICC más allá de la perspectiva económica. Tales indicadores permitirán evaluar los aportes del sector –y sus políticas planes y programas– al bienestar, la calidad de vida, las identidades sociales, los valores comunitarios, entre otros, conceptos más acordes con el espíritu, los objetivos e intenciones de muchos actores del sector y con una respetable tradición del mundo de las artes y la cultura.

Información

Influencia de los criterios de definición de las industrias creativas y culturales

Los criterios de definición construyen la comunidad de referencia. Las definiciones sobre el alcance de las ICC, sus subsectores y sus formas de articulación con otros, son claves para determinar la pertenencia o no de personas, grupos u organizaciones al sector y su posibilidad de acceder a estímulos, incentivos, e información relevante, entre otras cosas. Es necesario investigar las formas como las comunidades de práctica se auto-definen, cómo se autoclasifican y evalúan sus desarrollos. Con estos datos se deben acordar criterios de definición dados por terceros y los propios.

En algunos sectores, como las artes escénicas, se tiende a minimizar la importancia y valor estratégico de este tipo de definiciones. En algunos casos los mecanismos de recolección de información, clasificación y medición son vistos como mecanismos de control que limitan el trabajo creativo y exponen a los agentes a potenciales medidas coercitivas.

Es necesario generar consensos sobre criterios y definiciones tanto en el sector público como el privado, de manera que se pueda agregar información entre secretarías, ministerios, empresas y otros tipos de entidades. Esto es vital para poder contar con información actualizada sobre

las dinámicas del sector, que pueda ser usada para la toma de decisiones por parte de todos los actores y no solo de quien recopila la información.

Las definiciones se usan teniendo en cuenta distinciones de diferente orden. Hay un nivel operativo, que se evidencia en decisiones como los listados de la clasificación industrial internacional uniforme (CIIU) de inclusión completa o parcial en la economía creativa; un nivel conceptual, que opera en categorizaciones con mayor nivel de abstracción, a partir del cual se pueden formular políticas; un nivel descriptivo, que da cuenta de características particulares, pero no de aquellas dinámicas que entrarían en juego en las definiciones conceptuales. Las definiciones operativas son funcionales para ciertos propósitos, pero pueden dejar por fuera muchas cosas. Por ello es necesario acercar paulatinamente estos tres tipos de criterios y definiciones y hacer pedagogía sobre sus diferencias.

En todo caso, la existencia de criterios diferentes dificulta que se comprenda con claridad a qué categoría se pertenece, lo cual complejiza enormemente la tarea de recoger información útil, clara y actualizada sobre y para las organizaciones. Por otro lado, las resistencias que genera el término *industria* en buena parte del sector cultural hacen que muchos actores se rehúsen a brindar información. Se podría pensar en adoptar algunos términos alternativos que, aunque no sean sinónimos, ayuden a que las personas se sientan identificadas y faciliten información sensible del sector. Pero, sobre todo, es necesario que las organizaciones tengan beneficios claros derivados de su participación en sistemas de información.

La falta de unificación de criterios y procedimientos de información dificulta los análisis y resta contundencia a los resultados de los estudios. Conviene trabajar en la unificación de criterios de información, clasificación y medición para hacer una caracterización del sector más prolija y efectiva. La disonancia entre conceptos podrá ser superada en la medida en que la información circule y esté en diálogo permanente con las regiones y territorios; es indispensable invertir tiempo, esfuerzos y recursos para socializar dichos conceptos y sus respectivas lógicas de clasificación. Cuando esta claridad exista, habrá convergencia de conceptos en la calle, en los centros culturales, en la academia, las cámaras de comercio, en los *clusters* y en la dinámica cultural de los territorios. No será posible contar

con la información necesaria para que las políticas y sus instrumentos atiendan las necesidades reales del sector si la información no llega ni circula y si las definiciones no son apropiadas por los actores.

Condiciones de infraestructura para un adecuado flujo y uso de información

Se requieren sistemas sectoriales, “bancos” de información en los que puedan encadenarse los portafolios de servicios, las producciones artísticas y culturales, las especificidades de las infraestructuras, los lineamientos de comunicación y los espacios interdisciplinarios en que puede desarrollarse el sector. Estos bancos de datos deben ser fáciles de usar y deben tener estímulos (ganchos) que despierten el interés en el sector de brindar y compartir la información.

No se trata solamente de construir un sistema de información, sino de contar con un mapeo adecuado, en tiempo real, desde una instancia central, de todas las fuentes de información. Aunque hay avances en ello, el principal problema es que en algunos casos no es claro el para qué de la información, teniendo en cuenta que son datos reunidos en función de los usuarios y con la claridad por parte de ellos. Se necesita un portal único de información sobre ICC pensando en las necesidades de información de los usuarios: emprendedores, comunidades, asociaciones, gremios, investigadores, empresarios y Estado.

En cuanto al sector público, se podría tomar como punto de partida el Sistema de Información de Economía Naranja (SIENA) en el que el DANE recolecta información de instituciones para publicarla en el Reporte Naranja. Pero hay que tener en cuenta que los desarrollos derivados, más allá de requerir una plataforma digital y recursos técnicos, suponen un fino y permanente diálogo interinstitucional y mecanismos claros de flujo de información entre diferentes instancias.

Debe haber beneficios claros para que todos los actores estén dispuestos a brindar la información necesaria. Más que incentivos monetarios o tributarios, se necesita que los mismos generadores de la información puedan acceder a ella para mejorar sus procesos de toma de decisiones. Adicionalmente, las plataformas pueden brindar servicios de intermediación

entre oferta y demanda, y otros que resulten atractivos para las diferentes organizaciones. Lo más importante es concebir la construcción de la información como un gran sistema con flujos de ida y vuelta, y no de manera unidireccional.

Las entidades estatales deben tener no solo acceso a la información, sino una verdadera comprensión de sus alcances e importancia. Esto implica que el Estado aprenda a hacer un uso analítico y prospectivo de la información a través de tecnologías sofisticadas, con el fin de generar reportes útiles para el sector y, sobre todo, hacer planes a corto, mediano y largo plazo basados en evidencia sólida. Esto implica asumir compromisos serios, periódicos, medibles y reales, para transmitir de manera oportuna, transparente y eficiente a los usuarios los resultados del análisis de la información.

Por otro lado, es indispensable que se supere la brecha en la circulación de la información en las regiones de cara a sus gestores, creadores, distribuidores, exhibidores y demás actores de la cadena.

Acceso y restricción a la información

Las ICC deben tener un manejo serio de la protección de datos y cumplir la ley con el mayor rigor. Uno de los mayores desafíos es la construcción de bases de datos de *customer relationship management* (CRM) ('gestión de las relaciones con los clientes'), que son fundamentales para la construcción y consolidación de audiencias.

La recopilación de enormes conjuntos de datos de usuarios por parte de plataformas extranjeras requiere atención porque crea asimetrías muy difíciles de superar por parte de las empresas nacionales. Se requiere un arduo trabajo para encontrar soluciones a este asunto dentro del país. El problema no es solamente el difícil acceso a la información privada por parte del Estado (aunque este es un asunto sensible); la dificultad es que la concentración del *big data* en unos pocos agentes hace que menos empresarios y actores del sistema puedan aprovechar a fondo este tipo de herramientas analíticas. No solo porque la información está en el centro del modelo de negocio, sino porque su captura requiere una infraestructura compleja y especializada. En todo caso, la privacidad es un problema que

se está discutiendo en todo el mundo y Colombia debería estar actualizada en esos debates.

El Estado debe buscar mecanismos para acceder a la información sin afectar los intereses de los actores a través de las universidades, cámaras de comercio, *clusters* y centros de investigación. La construcción de la política pública de manejo de información debe contemplar el diseño de centros de generación de información que involucren a los privados, sumando su voz y comprensión del *big data*. No obstante, conviene tener siempre presente que la restricción de datos no es solo importante, sino que incluye unos derechos ciudadanos que deben ser protegidos. El desarrollo de cualquier industria o cualquier campo no debería estar por encima del derecho a la privacidad y al acceso restringido de información.

Información y formalización

La gestión de la información requiere soluciones técnicas, pero también educativas y pedagógicas. Para el sector cultural deben quedar claras las ventajas de hacer parte de un sistema que acoge los actores, les da lugar, los promueve, los incentiva y los protege. Si la normativa no se ve como parte de un “contrato social” donde hay beneficios, deberes y derechos, la visibilidad de todos los actores del sector no será posible. Para muchos de los actores, no ser contados es la única manera de contar. Por ello hay que desarrollar estrategias basadas en reconocimientos y beneficios puntuales a quienes integren el sistema de información, como alertas permanentes que vayan del sistema de información a los beneficiarios. Sin embargo, para que esto funcione es conveniente simplificar al máximo el uso de los sistemas de información.

Las mediciones en el sector deben contar con procesos de acompañamiento, que contemplen el acceso a los resultados, para que los agentes tengan oportunidad de mejorar. Los beneficios de ser medidos deben ser tangibles para todos. No se puede asumir que los actores del sistema tienen la obligación de brindar información sobre sus dinámicas, sino que deben verse beneficiados de algún modo, no castigados por reportar lo que hacen. Hay que pensar en incentivos flexibles que no necesariamente estén atados a la formalización, pero sí, por ejemplo, al registro en determinadas

plataformas. Se puede usar como referente los sistemas de puntos de los supermercados, que son poco costosos y promueven una información invaluable de los consumidores.

Se requieren plataformas de fácil uso para los usuarios, a través de las cuales se pueda migrar y entrecruzar la información. También deben estimularse las libres posibilidades de recolección de la información por parte de gremios o asociaciones independientes, que puedan articularse a un sistema interconectado a través de reglas de juego claras. La información se obtiene a través de incentivos. El ejemplo del Portal Único de Espectáculos Públicos de las Artes Escénicas (PULEP) es significativo: ha contribuido a crear una cultura organizativa, sentido de gremio y buenas prácticas.

ados

Propuestas del Foco de Industrias Creativas y Culturales

P

ara formular propuestas y recomendaciones después de varios meses de trabajo y discusión, decidimos agrupar los nueve ejes temáticos sobre los que trabajamos, en cinco ejes más amplios:

1. Valor simbólico, identidad cultural y generación de contenidos
2. Educación para las industrias creativas y culturales
3. Circulación de contenidos, articulación con industria e integración de cadenas de valor
4. Infraestructura y tecnología
5. Regulación, financiación e información

A continuación presentamos unas consideraciones introductorias y un listado de propuestas para cada uno de estos cinco ejes, que se desprenden de las discusiones presentadas en el apartado anterior, dedicado a las relatorías de las sesiones del foco.

Valor simbólico, identidad cultural y generación de contenidos

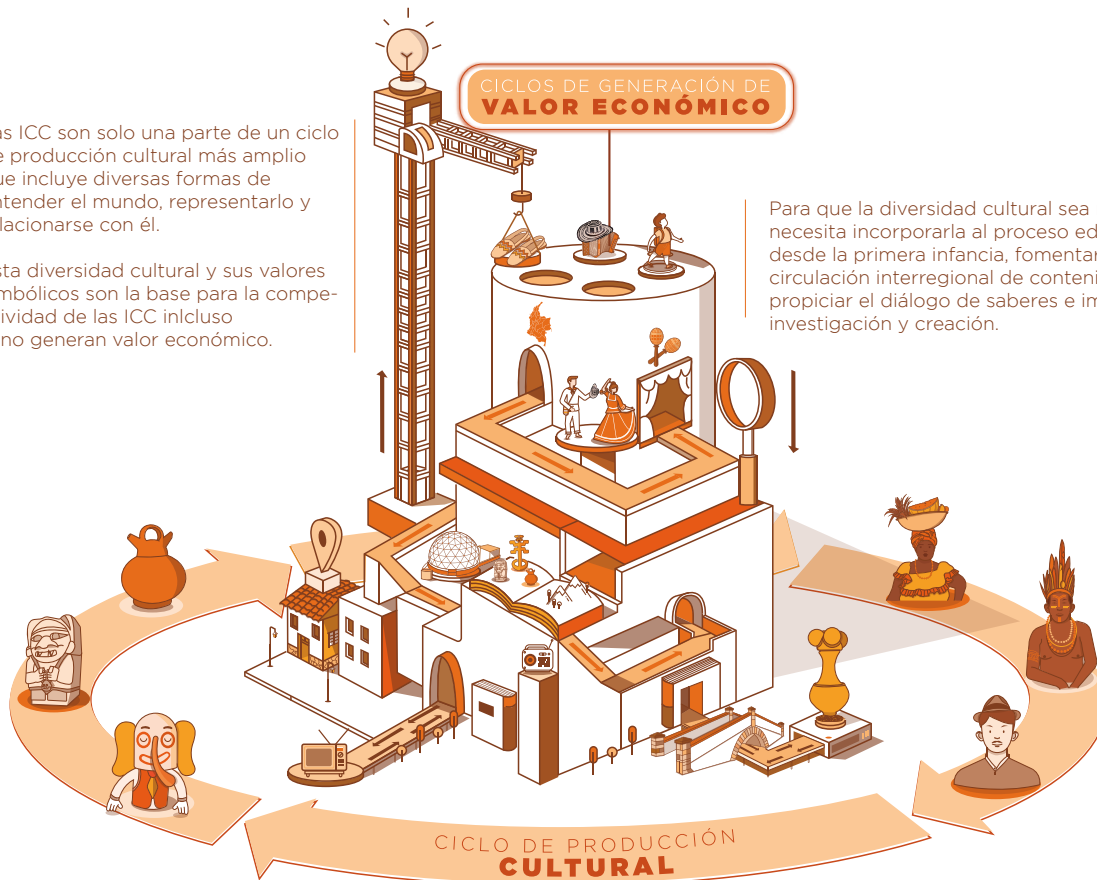
Las industrias creativas y culturales son solo una parte de un ciclo de producción cultural más amplio, que incluye manifestaciones populares y tradicionales, modos de vida y comprensiones del mundo que no tienen como prioridad la producción de valor económico. Esta producción

VALOR, SIMBÓLICO IDENTIDAD CULTURAL Y GENERACIÓN DE CONTENIDOS

Las ICC son solo una parte de un ciclo de producción cultural más amplio que incluye diversas formas de entender el mundo, representarlo y relacionarse con él.

Esta diversidad cultural y sus valores simbólicos son la base para la competitividad de las ICC incluso si no generan valor económico.

Para que la diversidad cultural sea real se necesita incorporarla al proceso educativo desde la primera infancia, fomentar la circulación interregional de contenidos, propiciar el diálogo de saberes e impulsar la investigación y creación.



cultural, que empieza antes de la lógica de producción industrial y que tiene una vida mucho más allá del consumo, encierra unos valores simbólicos que constituyen la principal fuente de valor de las industrias creativas y culturales. Para fortalecerlas se debe proteger el ecosistema relacional que las soporta, garantizando una base normativa, financiera y de infraestructura que potencie y estimule la iniciativa y la capacidad productiva de los diferentes actores sociales, individuales y colectivos en las instancias institucionales de lo local, lo departamental-regional y lo nacional. Para ello, será fundamental emprender la reestructuración y actualización de la institucionalidad cultural estatal en cada instancia territorial, que hoy es débil, desestructurada e ineficiente.

Para proteger y acrecentar la construcción de un capital cultural²⁴ propio de los diferentes grupos humanos que habitan Colombia, es fundamental que *la diversidad cultural* esté en el centro de la agenda. Cabe aclarar que con diversidad cultural no nos referimos solamente a diversidad de contenidos, sino a la pluralidad de formas de entender el mundo, representarlo y relacionarse con él. En la producción de contenidos, esto se manifiesta en diversidad de narrativas, formatos, enfoques, lenguajes, más que en la mera diversidad de historias. Además de tener un enorme potencial económico, la diversidad cultural –consagrada en la Constitución Política de 1991 como un valor prioritario para la nación– puede cumplir un papel vital en la disposición de apertura a lo otro, a lo diferente, que está en el centro de cualquier posibilidad de resolución de conflictos. En este sentido, debe resaltarse el enorme valor social de la diversidad cultural.

24 Para David Throsby (2001), el capital cultural es “un activo que representa, almacena o proporciona valor cultural”, además de valor económico, y puede ser de naturaleza tangible o intangible (p. 59). De acuerdo con el Consejo Nacional de Economía Naranja, el capital cultural es el “conjunto de recursos, bienes y valores aprendido de tradiciones, estilos de vida, rasgos distintivos espirituales y materiales que caracterizan a una sociedad o grupo social, esto incluye las artes, letras, lenguas y creencias” (Ministerio de Cultura, 2019, p. 57).

Para que los valores culturales, sociales y económicos que entraña esta diversidad sean reales, se requiere su apropiación efectiva por parte de la población colombiana. Esto implica garantizar que las diferentes manifestaciones culturales del país tengan una presencia real en todo el territorio, de manera que sean visibles, cercanas y familiares para todos los colombianos. Sin embargo, es importante tener en cuenta que algunas dinámicas económicas de las industrias creativas y culturales pueden producir efectos de homogeneización, especialmente en casos en que existen agentes dominantes que concentran la circulación de contenidos –que privilegian determinados formatos, técnicas y formas de decir–, a riesgo de invisibilizar otros. De esta manera, es indispensable fomentar el intercambio entre las regiones de los contenidos culturales que se producen en cada lugar del país para la formación de una ciudadanía multicultural que haga realidad el país plasmado en la Constitución Política.

De acuerdo con lo anterior, la política pública sobre las industrias creativas y culturales debe tener como prioridad *el fomento de la diversidad cultural* (más que su conservación), e incluir *mecanismos que garanticen la generación de contenidos y manifestaciones culturales diversos, y su libre flujo a través de diferentes espacios geográficos, sociales, educativos y económicos, tanto dentro como fuera de la dinámica industrial.*

Para la Unesco (2005) un contenido cultural es “el sentido simbólico, la dimensión artística y los valores culturales que emanan de las identidades culturales o las expresa” (artículo 4.2). El Estado debe fomentar aquellos contenidos que aumenten la diversidad cultural y los que puedan impactar la producción cultural desde el valor simbólico y económico. Igualmente, se deben fomentar contenidos de calidad. Para ello debe tenerse en cuenta que en diferentes eslabones de la cadena de valor se privilegian diferentes criterios de calidad. Los creadores tienden a darle más peso a valores estético-expresivos; los productores a la calidad técnica de acuerdo con los estándares de su campo; los intermediarios mercantiles al potencial de retorno económico; y los intermediarios de consumo a las preferencias del público²⁵. En última instancia, la

25 La tensión entre diferentes criterios de calidad puede producir efectos como homogeneización de formatos y narrativas,

valoración de la calidad se expresa en la apropiación, la circulación del sentido y los usos sociales de una determinada producción cultural. Por ello no deben privilegiarse criterios exógenos de calidad basados en estéticas normativas como los que proponía la noción de “alta” cultura, pues la noción de contenido cultural no es universal. Lo que dota a la cultura de contenido es precisamente su existencia en relación con unos grupos humanos concretos. Consecuentemente, se requiere innovar en políticas y acciones con enfoque multicultural, generando escenarios de concertación e incentivando lógicas comunitarias –indígenas, afrodescendientes, raizales, campesinas, populares– que no se inscriben en procesos formales de mercado pero que sí apropian tecnologías y producen valor económico de beneficio colectivo, acordes con sus cosmovisiones y ordenamientos socioculturales. Este reto exige coordinar una respuesta intersectorial del Estado que lleve a la práctica la letra constitucional con proyectos de inversión y mecanismos de apoyo sostenibles.

En este sentido, es fundamental la investigación y la reflexión sobre el papel del arte y la cultura en la sociedad. La intersección entre arte, ciencia y tecnología es además un campo fructífero para la generación de contenidos con calidad estética, reflexión y potencial de impacto cultural y económico. Por ello *es vital priorizar la generación de escenarios colaborativos entre estos campos a través de la investigación + creación (I+C), e insistir en la importancia de apoyar todas las formas de producción de conocimiento y su articulación recíproca a través de ejercicios de diálogo de saberes que permeen todo el Sistema de Ciencia, Tecnología e Innovación.*

constreñimiento de la libertad creativa, marginación del mercado y otras. Para gestionar estas tensiones es necesario asumir que: 1) toda la cadena de valor participa de la generación del contenido (en última instancia toda creación es colectiva), y 2) la calidad resultante no es una sumatoria simple de los diferentes criterios, pero sí es una apuesta negociada entre diferentes actores dentro de un entorno cultural y económico específico, en la que todos los roles pueden y deben agregar valor.

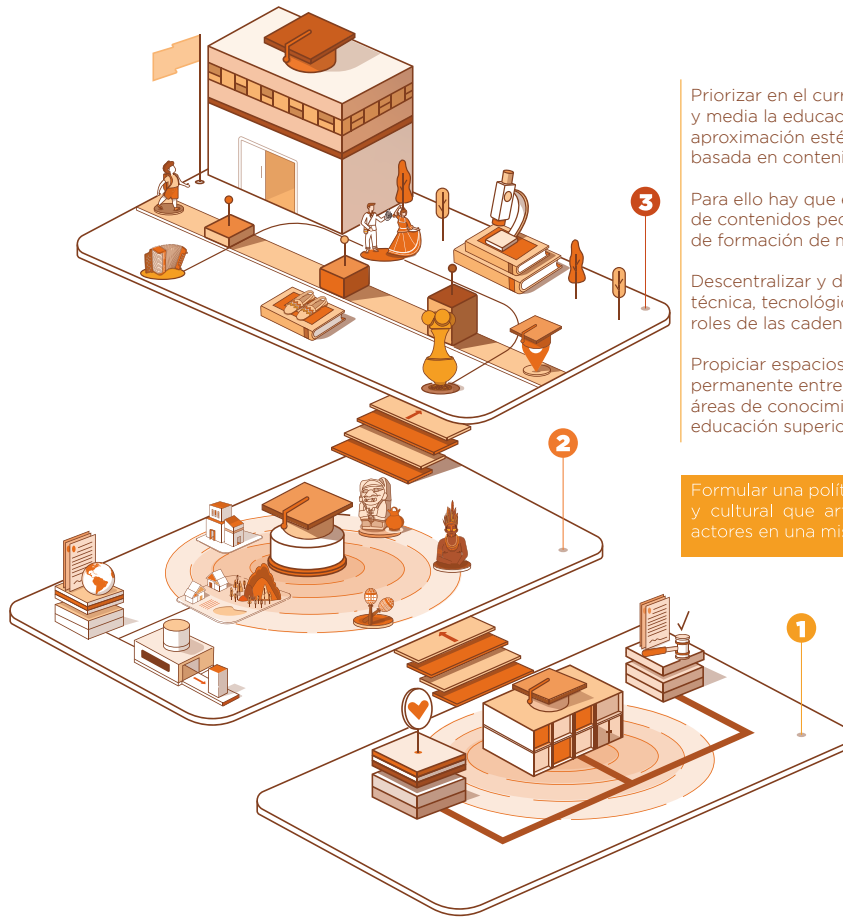
Propuestas

- El Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación (MinCTI) debe profundizar la integración de la investigación + creación (I+C) a las actividades de investigación, desarrollo e innovación, y darle un lugar protagónico en los mecanismos de fomento, en las actividades de divulgación y en la apropiación social del conocimiento.
- El MinCTI debe desarrollar mecanismos específicos para el fomento del diálogo de saberes entre diferentes formas de producción de conocimiento, y entre diferentes actores, dentro y fuera del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCTI).
- En la perspectiva de investigación orientada por misiones, es fundamental priorizar el conocimiento y uso sostenible del patrimonio cultural colombiano a través de actividades de investigación, desarrollo, innovación y creación, desde todas las áreas del conocimiento, con miras al fortalecimiento de la diversidad cultural del país, su apropiación y su aprovechamiento para las industrias creativas y culturales. Para esto se han formulado líneas específicas dentro de la misión Colombia Diversa, Bioeconomía y Economía Creativa.
- El MinCTI debe liderar la articulación con todas las entidades del Estado que promuevan la producción de conocimiento en el país, incluyendo especialmente una estrecha relación de cooperación y armonización de políticas con los Ministerios de Cultura, Educación y TIC. Igualmente el MinCTI debe liderar procesos de apropiación del conocimiento en todas sus formas, haciendo especial énfasis en la investigación + creación, en los ámbitos científico, artístico, cultural y educativo del país.

Educación para las industrias creativas y culturales

Entendida como una forma de producción de conocimiento que desarrolla competencias básicas no presentes en otros aprendizajes (Cuéllar y Effio, 2010), la práctica artística en diferentes niveles de educación debe ser nuclear y fundamental, no complementaria o accesoria. Igualmente, la

EDUCACIÓN PARA LAS INDUSTRIAS CREATIVAS Y CULTURALES



Priorizar en el currículo de formación básica y media la educación artística y cultural y la aproximación estética a la educación general basada en contenido locales.

Para ello hay que estimular la producción de contenidos pedagógicos y crear programas de formación de maestros.

Descentralizar y diversificar la oferta de formación técnica, tecnológica y profesional en todos los roles de las cadenas de valor de las ICC.

Propiciar espacios de trabajo colaborativo permanente entre disciplinas creativas y otras áreas de conocimiento, especialmente en la educación superior.

Formular una política nacional de educación artística y cultural que articule los esfuerzos de diferentes actores en una misma dirección.

educación estética no debe ser un compartimento separado de otras materias. Por el contrario, *toda la formación de nivel básico debe ser orientada con una perspectiva estética, sin perjuicio de que existan espacios específicos para el desarrollo de la expresión propiamente artística.*

Por otro lado, en un entorno de creciente interconexión global, las industrias creativas y culturales requieren de una ciudadanía capaz de entender tanto el consumo como la producción de cultura con perspectiva crítica e independiente. En el cumplimiento de este propósito, los medios digitales cumplen un papel importante, pues plantean retos y oportunidades para la pedagogía y la inclusión, sobre todo por su mayor uso entre los jóvenes. En este sentido, también es fundamental el fomento de una apropiación crítica de las TIC.

La oferta educativa y las oportunidades laborales para las ICC, al igual que para otros sectores, muestran una enorme concentración en las principales ciudades y una casi total ausencia en ciudades pequeñas y zonas rurales. Esto es contradictorio, pues es en las regiones donde hay grandes posibilidades de aprovechamiento del patrimonio cultural. La oferta de formación técnica y tecnológica está lejos de satisfacer las necesidades del sector mientras las capacidades están demasiado concentradas en ciudades principales y en algunos subsectores como cine y editorial. Las competencias están concentradas en la creación y no satisfacen las necesidades de formación de otros roles de la cadena de valor. *Se requiere una formación técnica que incluya el conocimiento de los estándares internacionales para ponerla al servicio de la producción de contenidos nacionales.*

Al mismo tiempo, en la formación profesional de creadores hay un alto nivel de especialización disciplinar, pero dicha especialización está ligada a dificultades para el reconocimiento de las necesidades del entorno y conduce entre ellos a un *escaso conocimiento de las cadenas de valor*. Esto constituye un obstáculo mayúsculo para el impulso de las ICC.

Por otro lado, en la formación profesional de otros perfiles diferentes a los creadores (abogados, economistas, administradores, ingenieros) hay poca sensibilidad ante las necesidades de las ICC y, en general, poca oferta de *formación específica para gestión cultural*. Igualmente, hay una notoria falta de formación específica en gestión cultural entre los funcionarios

públicos encargados de tomar decisiones clave para el sector, sobre todo en zonas rurales y ciudades medianas y pequeñas.

Propuestas

- Deben garantizarse las condiciones para que la educación artística, sea implementada como área fundamental del currículo y se haga efectiva su obligatoriedad desde la primera infancia y a través de todos los niveles y modalidades de la formación básica y media²⁶. Esta debe estar basada prioritariamente en contenidos procedentes de las diferentes regiones del país, especialmente la propia²⁷. Estos y otros aspectos deben enmarcarse en un Sistema Nacional de Educación y Formación Artística y Cultural, articulado, participativo, descentralizado y con mecanismos eficaces de concertación, a cargo del Ministerio de Educación Nacional (MEN) y el Ministerio de Cultura²⁸, que deben articularse con el MinCTI y el Ministerio del Trabajo para poner en marcha una Política Nacional de Educación Artística y Cultural, que actualice e implemente los lineamientos que han sido desarrollados anteriormente por los ministerios de Educación y Cultura.

26 Ello implica que esté estructurada en los proyectos educativos institucionales (PEI) e inserta en la estructura curricular con intensidad horaria definida desde preescolar hasta la secundaria.

27 Con esto no se quiere decir que se trate exclusivamente de contenidos “folclóricos” o “tradicionales”, sino de prácticas culturales vivas o que tengan un especial interés patrimonial en las regiones.

28 Recientemente empezaron a implementarse de manera consistente trabajos conjuntos entre el Ministerio de Educación Nacional y el Ministerio de Cultura, que abren un nuevo y promisorio escenario en temas sensibles que, por su complejidad, requieren necesariamente de esta articulación. Un ejemplo de ellos es el proyecto de Primarias Artísticas del Departamento del Quindío, que es una experiencia que demuestra el papel fundamental que desempeñan las secretarías departamentales de ambos ramos y, en general, las prometedoras sinergias que trabajos de este tipo pueden tener en los niveles departamentales, municipales y locales.

- La Política Nacional de Educación Artística y Cultural debe contemplar un programa específico para la educación y formación de maestros que tengan a su cargo contenidos relacionados con arte, cultura e industrias creativas y culturales en sus diferentes áreas y modalidades. Asimismo, debe contemplar un programa de formación de formadores que esté dirigido tanto a programas continuos en formación académica, como en desarrollo personal, emocional y pedagógico. Ambos programas deben ser permanentes y deben abordar procesos que permitan el entrecruzamiento y formación en áreas del conocimiento complementarias y diversas. Ambos programas deben incluir maestros y formadores que se desempeñen en escenarios de educación formal, informal y no formal.
- Desde este marco se debe garantizar que en cada una de las 32 capitales de departamento funcione al menos una institución educativa especializada en artes, que forme talentos excepcionales para las diferentes áreas artísticas, ofreciendo una formación intensiva desde el preescolar hasta la educación media, culminando con título de tecnólogo y articulando y garantizando su proceso y continuidad con becas en programas universitarios de artes. Asimismo, en cada capital de departamento se debe estructurar una oferta de educación superior con programas de nivel técnico, tecnológico y profesional, en diferentes especialidades de las áreas artísticas y de aquellas relacionadas con diferentes roles de las cadenas de valor de las ICC, adelantando convenios y programas de intercambio de extensión para aquellas capitales de departamento que aún no cuentan con oferta universitaria en artes.
- El Ministerio de Educación debe producir lineamientos para lograr transformaciones curriculares, pedagógicas y evaluativas en primera infancia, básica y media, desde una aproximación estética, es decir, que desarrolle la percepción, la sensibilidad y la receptividad (*estesis*). Estos lineamientos deben privilegiar e incorporar en el currículo los saberes locales, estableciendo asociaciones entre este conocimiento y el conocimiento global; dar lugar a la exploración subjetiva e intersubjetiva; implementar metodologías en el aula en las que se

privilegie la creatividad como forma de resolución de problemas, en las que no existan respuestas únicas y preestablecidas, y en la que se reconozcan las soluciones innovadoras a los problemas o preguntas habituales en los procesos de formación; incorporar como estrategia y metodología educativa el trabajo en equipo, el desarrollo de la creatividad en un contexto colectivo y la experimentación y creación como formas de construcción de conocimiento y trabajo en el aula. Asimismo, el MEN y el MinCTI deben fomentar la producción de contenidos y materiales didácticos que faciliten la implementación de dichos lineamientos en campo.

- Se debe avanzar en la implementación del Marco Nacional de Cualificaciones (MNC) con mucha más participación de las universidades, las empresas y las instituciones de educación básica y media, con el fin de garantizar acuerdos sobre los alcances de cada nivel de formación. Esto permitirá enfocar la oferta formativa técnica y tecnológica hacia los roles que hacen falta para el desarrollo de las ICC. No obstante, se recomienda tener en cuenta que si bien el MNC es necesario para clarificar las articulaciones, no debe convertirse en un factor que estandarice y lleve a homogeneizar procesos que por su propia naturaleza son diversos y flexibles. En ese sentido, el modelo metodológico de la construcción de las cualificaciones debe flexibilizarse y adaptarse a las condiciones particulares de los fenómenos culturales, no al revés.
- La formación profesional en áreas relacionadas con las ICC debe promover desde muy temprano espacios permanentes de trabajo colaborativo entre diferentes disciplinas, incluyendo la relación con otros roles de la cadena de valor y con áreas de conocimiento poco afines con el área o ámbito de profundización. El MEN, especialmente el Viceministerio de Educación Superior, debe producir lineamientos en este sentido.
- Es necesario fomentar la descentralización de la formación para las ICC. Se deben generar estímulos para ampliar la oferta formativa en todas las regiones, cuidando que no se dirija solamente a los creadores, sino a toda la cadena de valor de las ICC. Mediante esquemas de

alianzas público-privadas, diseñar un programa sostenible de becas y estímulos para pasantías, residencias, diplomados y programas de posgrado en áreas artísticas y creativas especializadas, que se articule en los 32 departamentos con los procesos formativos y productivos para democratizar las oportunidades de formación en todo el territorio y promover el talento de manera equitativa, articulando los niveles y modalidades, garantizando un trayecto gradual y completo, hacia un desarrollo de alto nivel que posicione dignamente las artes y las prácticas creativas en los procesos de desarrollo social y productivo del país. En este punto es fundamental facilitar la articulación del SENA con las universidades y otras entidades educativas, de manera que la oferta académica esté articulada con las necesidades del sector.

- La investigación + creación (I+C) debe estar presente a lo largo de todo el proceso formativo, especialmente en la educación superior. Se debe ampliar la oferta de formación de alto nivel (maestrías y doctorados) en áreas relacionadas con las ICC, con énfasis en procesos de I+C.
- Es fundamental, desarrollar redes que permitan el vínculo entre maestros de las diversas regiones del país, que posibiliten intercambios de saberes, metodologías y estrategias pedagógicas.

Circulación de contenidos, articulación con industria e integración de cadenas de valor

El Estado debe garantizar el derecho a la cultura en su sentido más general, a través de su acceso, disponibilidad, calidad y participación. Se requiere una oferta amplia y representativa de la diversidad artística y cultural del país, así como plataformas, espacios y escenarios para que las creaciones circulen, se divulguen, se hagan públicas y permitan reconocer la diversidad como un valor central de nuestra sociedad. El Estado cumple con esta obligación cuando tiene políticas sólidas para la circulación y apropiación, fomenta la construcción de infraestructura, estimula procesos de

CIRCULACIÓN DE

CONTENIDOS ARTICULACIÓN CON INDUSTRIA
E INTEGRACIÓN DE CADENAS DE VALOR

Fortalecer las redes de espacios como casas de la cultura, viveros creativos y otros similares para facilitar la circulación de contenidos.

Fomentar estímulos específicos para los actores que se dedican a la circulación, distribución y comercialización de contenidos.

Identificar y apoyar procesos emergentes de asociación y estimular la creación de nuevas redes.

Impulsar los relacionamientos de triple y cuádruple hélice para las ICC.

Aumentar los estímulos para la circulación nacional e internacional de diferentes actores de las ICC.



formación, divulgación, creación, emprendimiento, entre otros, y genera articulaciones entre los niveles local, regional, nacional e internacional.

Para ello, es necesario promover las capacidades productivas e innovadoras desde lo local, y conocer a profundidad las particularidades de las prácticas artísticas y culturales y las especificidades del contexto en el que se desarrollan. Es necesario *caracterizar las organizaciones creativas, artísticas y culturales* –no limitadas a emprendimientos–, para establecer sus necesidades, comportamiento en el mercado, formas de sostenibilidad, modelos de negocio y todas aquellas características que permitan identificar las mejores formas de apoyarlas. En ese sentido, urge fortalecer indistintamente a empresas, colectivos y actores independientes urbanos y rurales desde lo local, e impulsarlos para que se proyecten y se habitúen a establecer vínculos e intercambios regionales, nacionales e internacionales, con autonomía, sin depender de instituciones centrales. A mediano plazo deben conformarse verdaderos mercados regionales e interregionales de bienes y servicios de las ICC para todas las regiones, a partir del principio de dirigir la fuerza de integración desde lo local hacia lo regional. También deben invertirse recursos para convocar y asesorar empresas, procesos colectivos no formalizados y actores independientes por cada uno de los sectores de las ICC, para que se reconozcan y cooperen técnicamente, con pluralidad de saberes y lógicas, en la conformación de los sistemas productivos de su sector y encuentren mecanismos de coordinación y concertación que los lleven a representarse programáticamente como gremio autónomo, que trabaje por intereses comunes de su campo y negocie con instancias estatales y privadas.

Para cumplir esa meta es primordial fortalecer el sector cultural a través de *procesos de asociación*, que permitan una mayor capacidad de negociación e incidencia en la política pública. Deben contemplarse estrategias de comunicación que faciliten el acceso a la información, por parte de organizaciones y asociaciones, en temas de incentivos, marco jurídico, formalización empresarial y laboral, acceso a financiación, entre otros. El uso de una terminología que entienda las particularidades de las organizaciones y de sus contextos es fundamental. También es vital mejorar la apropiación de tecnologías convergentes y, especialmente, de las TIC por parte de las organizaciones culturales y creativas.

Deben generarse oportunidades equitativas para organizaciones de diferentes tamaños, alcances y niveles de estructuración y formalización. Con esto se busca tender canales de comunicación entre la producción cultural de base, no orientada al provecho económico, y la industria en sus diferentes niveles, así como brindar oportunidades para la movilidad, escalamiento y crecimiento de las organizaciones.

Por otro lado, es necesario aumentar la oferta educativa y *mejorar la valoración social, simbólica y económica de cada uno de los roles dentro de la cadena de valor*. Lo anterior implica facilitar entrecruzamientos tempranos entre diferentes roles, tanto en el ámbito educativo, como en la realización de proyectos y emprendimientos. Se necesita construir una cultura que entienda a la creación como un proceso necesariamente colaborativo, inter- y transdisciplinar.

La generación de valor puede iniciar en la creación, pero los momentos clave de la transformación de valor pueden estar en la calidad del proceso creativo, en la sofisticación de la producción y los mecanismos de distribución, así como en la apropiación y retroalimentación por parte de públicos y usuarios que cada vez más son vistos como cocreadores, y se entienden a sí mismos como tales. Cada uno de los elementos de ese ciclo agrega valor. En ese sentido, en coherencia con el fomento de la asociación, es preferible apoyar proyectos integradores y articuladores que destinar los estímulos a agentes específicos.

Propuestas

- El Ministerio de Cultura debe fortalecer su rol como articulador de la red de casas de la cultura, garantizando un sistema de información que permita el flujo de contenidos, talento humano y buenas prácticas. En el mismo sentido, es fundamental desarrollar procesos articulados y sostenibles de formación de gestores de casas de la cultura. Otras propuestas específicas al respecto se abordan en el apartado sobre infraestructura y tecnología, y en la iniciativa de Viveros Creativos.
- Se necesita fortalecer el Plan Nacional de Lectura y Escritura a través de la creación de un sistema nacional que permita la optimización

y articulación de acciones relacionadas con el sector –definición de políticas, fortalecimiento de la circulación, apropiación y creación de contenidos–, con la vinculación de los ministerios de Cultura, MEN, MinTIC y MinCTI.

- Es necesario estimular la realización de censos culturales en diferentes regiones y sectores, como punto de partida para la implementación de una política de información y comunicación para las ICC, aspecto que se menciona en las propuestas sobre “Regulación, financiación e información”, en la página 165. Estos censos serán vitales para caracterizar los diferentes tipos de organizaciones culturales que existen en el país, pero su articulación con la política debe servir para establecer mecanismos estables y autónomos de alimentación continua de información.
- Deben implementarse estímulos e incentivos para roles diferentes al del creador. Estos pueden ser de tipo fiscal o a través de la priorización en convocatorias, pero en todo caso deben privilegiar la circulación de contenidos nacionales. Igualmente, se pueden ofrecer estímulos a empresas privadas que apoyen el fortalecimiento de diferentes roles dentro de la cadena. Asimismo, se deben contemplar incentivos para la circulación nacional de talento humano en todos los roles de la cadena de valor.
- Debe fortalecerse el impulso a la circulación internacional de agrupaciones, colectivos, autores, editoriales y otros actores de las ICC a través de convocatorias públicas, abiertas y competitivas. Los ganadores de estos estímulos deben formar parte de circuitos y programas de formación con impacto en comunidades integradas por colombianos residentes en el exterior y residentes extranjeros.
- Es necesario identificar procesos de asociatividad emergentes para canalizar hacia ellos información pertinente sobre estímulos e incentivos. Esta labor debe ser liderada por el Ministerio de Cultura en articulación con las secretarías de cultura, las cámaras de comercio y otras entidades del sector. En este sentido, es fundamental ofrecer estímulos para fortalecer redes y asociaciones

en todos los niveles del sector, incluso cuando se trate de redes informales, a nivel nacional, departamental y local.

- Es importante priorizar los relacionamientos de triple y cuádruple hélice²⁹ para las industrias creativas y culturales. Además del proyecto de Viveros Creativos, del que se habla en la sección sobre iniciativas emblemáticas, se debe impulsar este tipo de relacionamientos a través de convocatorias conjuntas entre diferentes entidades del Estado, como ya se ha hecho para otro tipo de proyectos en el marco del SNCTI.
- Además de formar talento humano y generar conocimiento a través de la investigación y la creación, las universidades son espacios vitales para la circulación de contenidos y la dinamización cultural, como parte de su función de extensión. Proponemos que el CNA contemple esta actividad dentro de los criterios de evaluación con fines de acreditación.
- Vincular los Viveros Creativos al proceso de circulación e internacionalización de la producción cultural del país y, a su vez, articularlos a la Corporación Colombia Crea Talento, en la línea de promoción cultural, de acuerdo con las bases del Plan Nacional de Desarrollo (PND), en la línea de desarrollo de poder blando y la activación de la diplomacia cultural (DNP, 2019, pp. 132 y ss.).

Infraestructura y tecnología para las industrias creativas y culturales

Existe una enorme brecha de acceso a recursos de infraestructura y tecnología entre las ciudades principales y las regiones, que reduce las posibilidades de producción y expresión creativa y, por tanto, provoca debilitamiento de las identidades locales. Esto afecta gravemente el ciclo de producción cultural y la circulación interregional de contenidos, que

29 El modelo de triple hélice combina la administración pública con el tejido empresarial y el conocimiento que concentra la academia. A la hélice cuádruple se le suma un nuevo jugador: la sociedad civil.

INFRAESTRUCTURA Y TECNOLOGÍA

Fortalecer las redes de bibliotecas públicas y bibliotecas escolares con esquemas mixtos de financiación.

Conformar bancos de proyectos de inversión en infraestructura cultural, bajo el estímulo de obras por impuestos.



Priorizar la destinación de inmuebles con declaratoria patrimonial para la creación y circulación de contenidos.

Formular una política de apropiación de tecnologías convergentes por parte de actores de las ICC, en el conjunto con MinTIC y MinCTI.

Crear la Red Nacional de
VIVEROS CREATIVOS

son vitales para la competitividad de las industrias creativas colombianas³⁰. *Es imprescindible contar con centros culturales en todos los rincones del país, que sirvan como espacios para la experimentación, la creación y la circulación de contenidos*, incluyendo el acompañamiento a emprendedores culturales, con participación de las entidades educativas, el Estado, el sector privado y la sociedad civil. Estos espacios no pueden ser impuestos, sino deben *obedecer a relaciones e intereses ya presentes en el ecosistema cultural*. Solo de esta forma es posible que la generación de valor económico se integre de manera natural con los ciclos de producción cultural. En ese sentido, sería conveniente reconocer y aprovechar los avances logrados y las capacidades instaladas en el campo artístico en todo el territorio³¹.

Las necesidades de infraestructura y tecnología no se reducen a aquellas que son evidentes en los procesos creativos. También se necesitan soluciones para la distribución y consumo de contenidos: para el flujo de información y la gestión articulada de recursos. En este sentido, es imprescindible *avanzar en la conectividad digital de todos los rincones del país*. Pero más allá de la creación de esta infraestructura, es fundamental que *todos los agentes del sector conozcan las posibilidades creativas y de generación de valor que se abren con el acceso y apropiación de tecnologías convergentes como big data, internet de las cosas (IoT), blockchain y otras*.

30 Según la Encuesta de Consumo Cultural, en 2016 solo el 7,7 % de la población asistió a cursos o talleres en áreas artísticas o culturales y en 2017 solo existían casas de cultura en el 70 % de los municipios, teatros en el 21,3 % de los municipios y salas de cine en el 5,7 % de los municipios del país.

31 Por ejemplo, debe reconocerse el acompañamiento que el Ministerio de Cultura ha realizado a más de 900 municipios en la creación y fortalecimiento de escuelas de música y a más de 150 municipios en la construcción y funcionamiento de salones de danza. Asimismo, las infraestructuras especializadas, dotadas con auditorio y equipos de audio, en las seis Escuelas Piloto en diferentes departamentos. O las dotaciones que el MinTIC proporcionó hace unos años a los municipios del Tolima, que consistieron en equipos con software de audio, que hoy se encuentran en su mayoría en desuso.

Por otro lado, el auge de las grandes plataformas de consumo en línea (OTT) conlleva dos riesgos: en primer lugar, concentrar contenidos en contra de la diversidad cultural. En segundo lugar, este tipo de servicios pagan impuestos, crean infraestructura y generan valor principalmente fuera de Colombia, con lo cual una parte importante de la cadena se pierde para la industria nacional. Si bien es importante la circulación internacional de contenidos, deben tomarse medidas para *reducir a mediano y largo plazo la dependencia excesiva de infraestructuras extranjeras para la circulación de contenidos colombianos*.

Para construir la infraestructura que las ICC colombianas requerirán en los próximos treinta años es importante *facilitar la transferencia de tecnología y conocimiento desde el exterior, siempre y cuando apunte a la construcción de capacidades locales*. Para ello es importante monitorear las necesidades de cada región, con una visión sistémica de país. Esto implica que las universidades superen su rezago en la comprensión de la dinámica de estas industrias y propongan modelos innovadores para su construcción y gestión.

Propuestas

- Proponemos como proyecto emblemático la creación de un modelo de relacionamiento que integre características de laboratorios de creación, incubadoras de emprendimientos y centros con programación abierta al público, a través de una red nacional de Viveros Creativos (véase los apartados correspondientes a esta iniciativa en la página 191).
- Es necesario fortalecer las bibliotecas públicas en todo el país, no solo como espacios de consulta de soportes físicos y digitales, sino también como espacios para el encuentro de la ciudadanía y la circulación de diferentes tipos de contenidos culturales. De igual manera se debe atender las bibliotecas escolares con prioridad. Para ello se deben fomentar esquemas mixtos de financiación en los que la academia, el sector privado y el Estado garanticen de forma conjunta la sostenibilidad a largo plazo de las redes de bibliotecas.
- Proponemos la creación de una convocatoria para un banco de proyectos de inversión en infraestructura cultural que permita

facilitar la aplicación del incentivo de “obras por impuestos” que existe actualmente para las áreas de desarrollo naranja, según el artículo 179 de la Ley 1955 de 2019. Esto se puede hacer a través de una convocatoria conjunta entre diferentes entidades del Estado y puede servir para priorizar aquellos proyectos de inversión que tengan un mayor impacto cultural. De esta manera las personas naturales o jurídicas que deseen aprovechar este estímulo podrían escoger entre un listado de proyectos y apadrinarlos. Esto garantizaría que los proyectos prioritarios alcancen la financiación necesaria para ejecutarse. En esta convocatoria deben privilegiarse las casas de la cultura y las redes de bibliotecas públicas.

- Es necesario que en los acuerdos que se adelanten con empresas extranjeras se incluyan de forma explícita cláusulas conducentes a la generación de capacidades locales. Las cuotas de contenidos en plataformas, o las exigencias de contratar talento colombiano por parte de productores, son demandas bien intencionadas pero insuficientes en el largo plazo. Debe haber elementos claros de transferencia de conocimiento y tecnología que fortalezcan la industria local.
- Proponemos que el MinCTI, junto con el Ministerio de Cultura, abra líneas de convocatorias específicas para proyectos de alimentación mutua entre ciencia y arte a través de procesos de investigación + creación (I+C). Las industrias creativas y culturales necesitan conocimiento y tecnología para la creación, que actualmente se importa a altos costos, pero que se podría desarrollar en el país: interfaces, métodos, materiales, etc. A su vez, las ciencias se pueden beneficiar de nuevas formas de representación, comunicación y expresión exploradas por el arte, no solo para efectos de divulgación y apropiación social, sino para la misma producción científica.
- Existen en el país muchos inmuebles con declaratoria de patrimonio cuyo uso es muy restringido por las dificultades para su intervención. Proponemos que se priorice para estos inmuebles su destinación como espacios para la circulación de contenidos culturales, a través de un estímulo específico que puede ser de tipo fiscal o de flexibilidad normativa.

- Construir una política de apropiación de tecnologías convergentes por parte de los agentes de las ICC, de forma articulada entre entidades públicas y privadas. Esta política debe contemplar una oferta formativa masiva, formal e informal, y mecanismos para facilitar la circulación de expertos (creadores, gestores, intermediarios, técnicos) por todo el territorio nacional, con un enfoque orientado a la construcción de capacidades locales.
- Es necesario ampliar la oferta académica para la apropiación de tecnologías de punta en formación de alto nivel en áreas creativas (maestrías, doctorados, educación continua), bien sea a través de programas nuevos o de nuevas líneas de formación en programas existentes.

Regulación, financiación e información

Colombia es un país pionero en el diseño e implementación de políticas públicas sobre temas como derecho a la cultura, impacto de la cultura en la economía, medición del sector, legislación en derecho de autor y otros. Pero estos avances no han sido suficientemente conocidos y aprovechados por el sector en su conjunto. *Deben aumentarse los esfuerzos para lograr una apropiación cabal de las políticas existentes.* En ese sentido, el Gobierno nacional debe crear estructuras de sostenibilidad a largo plazo y desarrollar un esfuerzo pedagógico y de divulgación para los incentivos contemplados en los artículos 179 sobre Áreas de Desarrollo Naranja (ADN) y 180 sobre Proyectos de Economía Creativa, de la Ley del Plan Nacional de Desarrollo (1955 de 2019), por ser altamente convenientes y pertinentes a los propósitos del desarrollo de las ICC.

Por otro lado, el sector de las ICC necesita reglas de juego claras y estables. Los incentivos y estímulos deben obedecer a políticas de largo plazo, que brinden estabilidad a los diferentes actores del sector³². Esto

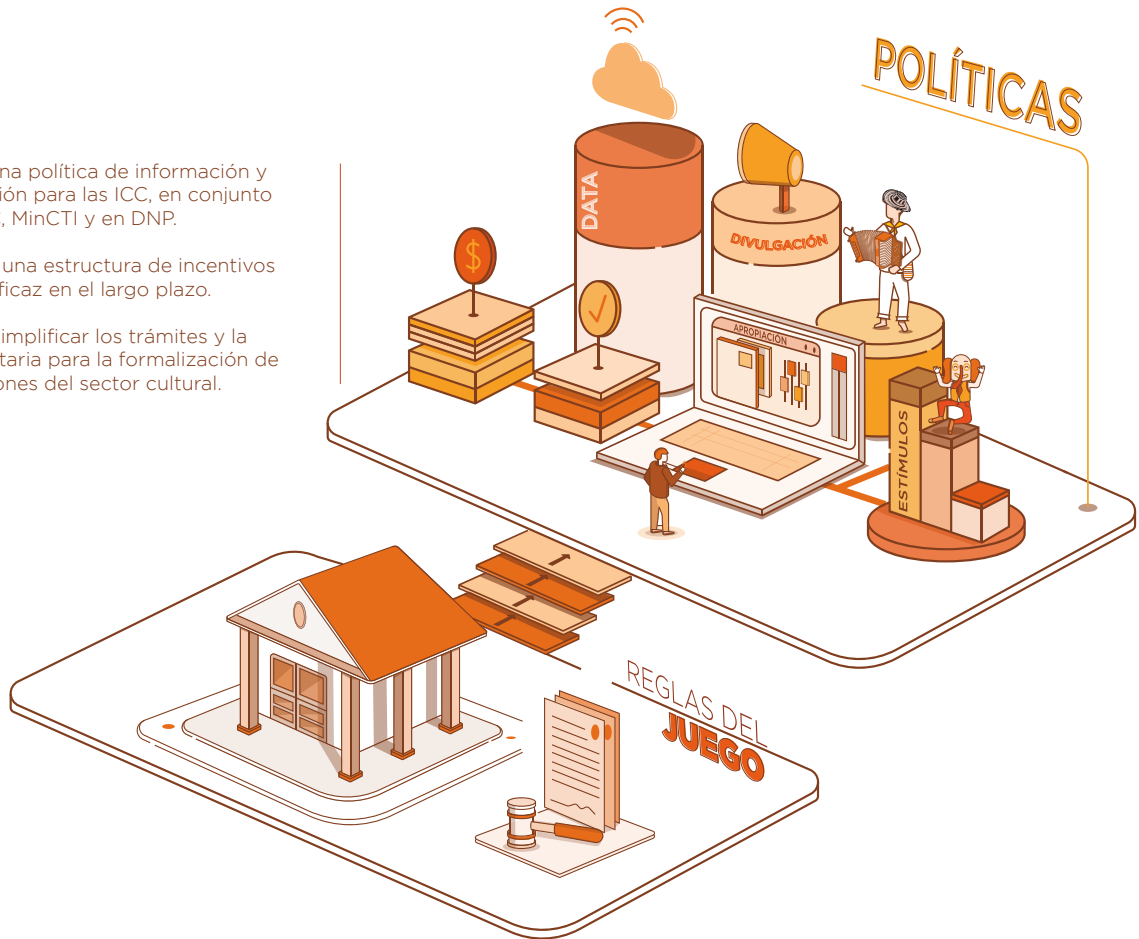
³² Por ejemplo, si bien es positiva la exención del impuesto de renta por siete años para empresas culturales, es necesario que estímulos como este hagan parte de una estructura tributaria sólida y permanente, y que no dependan de políticas de corto plazo.

REGULACIÓN, FINANCIACIÓN E INFORMACIÓN

Formular una política de información y comunicación para las ICC, en conjunto con MinTIC, MinCTI y en DNP.

Consolidar una estructura de incentivos estable y eficaz en el largo plazo.

Reducir y simplificar los trámites y la carga tributaria para la formalización de organizaciones del sector cultural.



también aplica para la necesaria construcción de una cultura de filantropía. Por ello es necesario que los estímulos contemplados en el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 (como la deducción de un 165 %, similar a la existente para ciencia, tecnología e innovación, o el mecanismo de “obras por impuestos”), se implementen por medio de mecanismos y estructuras cuyo alcance vaya más allá del gobierno actual.

Muchos de los incentivos le dan un gran peso a la formalización empresarial y a la generación de empleo. Sin embargo, esto puede generar una brecha para creadores y otros actores del sector que no tienen perspectiva de formalización, bien sea porque trabajan por proyectos o porque no tienen la capacidad de asumir la carga fiscal que ello implica. Del mismo modo hay un exceso de trámites en el otorgamiento de estímulos e incentivos tributarios, más relacionados con la necesidad de establecer controles que con el propósito de garantizar un impacto contundente de la producción cultural. Es necesario *simplificar los procesos para priorizar la generación y circulación de contenidos con calidad e impacto*. El caso del Portal Único de Espectáculos Públicos (PULEP) constituye un avance positivo en esta dirección.

Otros referentes positivos son las leyes de cine (814 de 2003), la ley del actor (1975 de 2019), la ley Fanny Mickey (1403 de 2010) y otras, que establecen incentivos de manera responsable para el sector. El fomento a procesos de asociación debe ayudar a *generar las instancias de interlocución necesarias para impulsar proyectos de ley similares* en las demás áreas de la economía creativa.

Para caracterizar las industrias creativas y culturales a nivel nacional es necesario contar con criterios claros para su delimitación. Los listados de CIIU de inclusión total y parcial en la economía naranja son un primer avance, pero las definiciones deben consultar al sector para ir mucho más allá de un criterio meramente operativo. Se requiere un esfuerzo importante por parte del Estado para *garantizar que todos los actores del sector discutan y conozcan los criterios que definen a las ICC y se apropien de ellos, así como de la información específica de apoyos, estímulos, incentivos y otros mecanismos de fomento*.

Propuestas

- La Dirección Nacional de Derecho de Autor debe seguir siendo una entidad separada de la Superintendencia de Industria y Comercio. Se debe tener cuidado de no generar inconsistencias al abrir paso a interpretaciones que obedezcan más a la lógica del *copyright* que a la de la legislación colombiana en derecho de autor.
- Es fundamental simplificar los procesos y reducir la carga tributaria para la formalización de diferentes tipos de organizaciones del sector cultural, no de manera coyuntural, sino a través de mecanismos de largo plazo.
- Es fundamental formular una política de información y comunicación para las ICC que sirva para: 1) repotenciar y articular sistemas de información existentes y crear otros nuevos donde se necesiten³³, 2) establecer beneficios claros para los usuarios, como facilitar el flujo de información en doble vía o intermediar entre oferta y demanda, 3) comunicar contenidos pedagógicos a usuarios específicos y obtener retroalimentación oportuna sobre problemas del sector, 4) lograr una apropiación cabal de las políticas culturales, 5) involucrar diferentes actores de las ICC en el levantamiento de información a través de deberes y derechos claros, 6) realizar análisis con *big data* y analítica para entregar información relevante a los tomadores de decisiones sobre el sector³⁴. Para formular e implementar esta

33 Aunque sistemas como el Sistema de Información de la Música (SIMUS) se plantean como intermediadores entre oferta y demanda, los usuarios manifiestan que no perciben ningún beneficio por registrar sus datos, no reciben información y no generan contactos útiles para su actividad. Esto mismo podría pasar con la iniciativa de la Red Naranja, de la Dirección Nacional de Derechos de Autor (DNDA), a no ser que se articule como parte de una política que priorice la comunicación en doble vía.

34 Esto incluye, por ejemplo, la implementación de herramientas de medición y caracterización del consumo cultural que complementen la Encuesta de Consumo Cultural del DANE con información más detallada para cada sector (editorial, audiovisual, música, etc.).

política debe hacerse una inversión significativa de tiempo y recursos bajo el liderazgo de MinTIC, MinCTI, MinCultura y el DNP.

- Es necesario que el Estado, en conjunto con los diferentes actores de las ICC, diseñe e implemente indicadores alternativos que permitan conocer el impacto que la política pública tiene en el bienestar, la calidad de vida, el sentido de pertenencia, la construcción de identidades culturales de diferentes comunidades, y otros objetivos no económicos que se persiguen con el impulso a la economía creativa.

tree

Retos y misiones emblemáticas



En un mundo y una época de grandes retos para la razón y el conocimiento, muchos países se han inclinado por movilizar buena parte de sus esfuerzos de investigación y desarrollo tecnológico a través de grandes misiones emblemáticas. El ejemplo más usado es la decisión de los Estados Unidos de poner un hombre en la luna en un plazo que entonces parecía improbable. Esta apuesta movilizó al Gobierno, a las empresas y a la academia en un esfuerzo coordinado y altamente motivado, que no solo logró el objetivo, sino que dio un impulso general a toda la ciencia y la tecnología de esa nación, generando verdaderas revoluciones en electrónica, computación, ciencias de materiales, comunicaciones y muchas otras áreas que antes parecían inconexas.

Iniciativas inter y transdisciplinarias como estas contemplan desarrollos científicos fundamentales y aplicados, su horizonte es de largo plazo, pero se definen etapas y metas específicas a diferentes plazos y con monitoreo permanente. Son ideas audaces e inspiradoras con una dirección clara que apunta al corazón de grandes problemáticas nacionales. Son ambiciosas pero realizables. Ofrecen múltiples soluciones a los problemas y proponen una construcción con gran participación de las poblaciones interesadas.

La Misión Internacional de Sabios 2019, desde sus ocho diferentes focos, ha propuesto al país enfrentar tres grandes retos con la estrategia de misiones. El primer reto se ha denominado *Colombia Bio-diversa*, y consiste en identificar, conocer, documentar y aprovechar la diversidad cultural y natural del país para impulsar la bioeconomía y la economía creativa, y generar conciencia en los colombianos del valor de su patrimonio,

inspirándolos a protegerlo y preservarlo. El valor que se obtenga permitirá al país dejar de depender de la explotación de recursos no renovables y productos agrícolas primarios para dar un giro hacia una economía basada en el conocimiento, la conservación y el aprovechamiento de la diversidad con gran valor agregado y con la generación de nuevos productos. Dentro de este reto se formularon dos misiones: 1) “Colombia Diversa, Bioeconomía y Economía Creativa”, y 2) “Agua y Cambio Climático”.

El segundo reto, con el nombre de *Colombia Productiva y Sostenible*, consiste en modificar la estructura productiva del país para orientarla hacia industrias y servicios con contenido tecnológico alto, crear empresas de economía circular con máximo aprovechamiento de residuos y con sostenibilidad ambiental a través de la diversificación tecnológica, el aumento de la productividad, aprovechamiento de las tecnologías convergentes e industrias 4.0 y el suministro de productos y servicios sofisticados y con proyección exportadora. Dentro de este reto se formuló una misión: “Colombia Hacia un Nuevo Modelo Productivo, Sostenible y Competitivo”.

El tercer gran reto es el de una *Colombia Equitativa* que logre una justa distribución de los frutos del esfuerzo nacional, garantizando el acceso de toda la población a educación, salud, servicios básicos y empleo digno. Dentro de este reto se formularon dos misiones: 1) “Conocimiento e Innovación para la Equidad”, y 2) “Educar con Calidad para el Desarrollo Humano, la Equidad y el Crecimiento”.

Desde el Foco de Industrias Creativas y Culturales se hicieron aportes puntuales para la formulación de todos los retos, pero los esfuerzos se concentraron principalmente en tres de las cinco misiones: 1) Colombia Diversa, Bioeconomía y Economía Creativa, 2) Educar Con Calidad para la Equidad, el Desarrollo Humano y el Crecimiento, y 3) Conocimiento e Innovación para la Equidad. A continuación, describimos en qué consiste cada una de estas misiones en términos generales y cuáles son los desafíos y oportunidades que ellas abren para el sector de las ICC³⁵.

35 La descripción completa de los retos, misiones y programas se encuentra en *Colombia hacia una sociedad del conocimiento. Reflexiones y propuestas* (Misión de Sabios, 2019).

RELACIÓN ENTRE LAS MISIONES

RETO COLOMBIA BIODIVERSA

Innovación basada en la
diversidad natural y cultural

Misiones

- Agua y cambio climático.
- Colombia diversa, bioeconomía
y economía creativa.

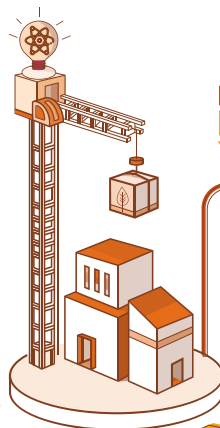


RETO COLOMBIA PRODUCTIVA Y SOSTENIBLE

Crecimiento basado en la ciencia

Misión:

Colombia hacia un nuevo modelo
productivo, sostenible y competitivo



Conocimiento y educación para la
inclusión social

Misiones:

- Conocimiento e innovación para la
equidad.
- Educación con calidad para el
crecimiento, la equidad y el
desarrollo humano.

RETO COLOMBIA EQUITATIVA



Colombia Diversa, Bioeconomía y Economía Creativa: conocimiento, conservación, apropiación y uso sostenible del patrimonio cultural y natural para una economía sostenible

Descripción de la misión

Esta misión busca priorizar el conocimiento, la conservación y el aprovechamiento de la diversidad natural y cultural como base para el desarrollo sostenible del país. En este sentido, las principales metas propuestas son aumentar la participación de la bioeconomía al 10 % y de la economía creativa al 8 % del PIB para el año 2030. Sus objetivos apuntan a convertir a Colombia en un referente internacional en la producción y apropiación social de conocimiento sobre su diversidad natural y cultural, con el fin de impulsar el crecimiento bajo criterios de bienestar y productividad regional y fortalecimiento de la identidad y la soberanía nacionales.

La misión se desarrolla en ocho programas:

- Colombia Bio 2.0 y Colombia Cultural. Orientado al mapeo de la biodiversidad, las prácticas culturales y el patrimonio natural y cultural en general.
- Repositorio de Patrimonio Natural y Cultural. Incluye la creación de un museo de historia natural y cultural y el fortalecimiento de una red de centros de documentación patrimonial.
- Programa de Investigación para la Conservación de la Biodiversidad. Dirigido especialmente a ecosistemas y especies amenazadas.
- Implementar una agricultura Sostenible y Generadora de Productos para la Industria.
- Fortalecer la pesca y Acuicultura Responsable.
- Nueva Revolución Industrial y Manufacturera. Orientada a innovación abierta para la industria.
- Formación y retención del talento humano necesario para el modelo de economía regional basado en biodiversidad y patrimonio cultural.
- Generación de Contenidos a partir del Patrimonio Cultural.

La misión busca producir una transformación científica, cultural, educativa, social e industrial a gran escala a través de la incorporación del conocimiento de la biodiversidad terrestre y marina y del patrimonio cultural en los sistemas formativos y productivos del país. Se basa en el supuesto de que el estudio de la diversidad colombiana, tanto natural como cultural y su preservación, no son puntos finales en la cadena de valor del conocimiento, sino el punto de partida para la generación de cadenas de valor eficientes y sostenibles, con obtención de productos y servicios de valor agregado. Algunos ejemplos de productos que se valorizarán e impulsarán desde esta misión son el turismo científico y cultural; la gastronomía con base científica; la producción de antifúngicos, antivirales, medicamentos anticancerígenos, agroquímicos, analgésicos, pesticidas, productos industriales, productos cosméticos, productos para el beneficio medioambiental, artesanía y diseño.

Desafíos y oportunidades de la misión para las industrias creativas y culturales

Entre los ocho programas de la misión, hay cinco que particularmente constituyen una oportunidad para el impulso a las industrias creativas y culturales. A continuación se detallan las posibilidades que se abren en cada una de ellas.

Colombia Bio 2.0 y Colombia Cultural

Tres de las herramientas de este programa tienen que ver específicamente con patrimonio cultural. En primer lugar, se establece la meta de contar, para 2030, con una documentación extensiva del patrimonio cultural colombiano. Para esto el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación (MinCTI) abrirá convocatorias enfocadas a la realización de mapeos, cartografías y desarrollo de contenidos para la apropiación de las prácticas culturales por parte de las mismas comunidades, haciendo énfasis en aquellas que no hayan sido hasta ahora objeto de explotación comercial.

En segundo lugar, se propone realizar llamados a la sociedad para construir entre todos un repositorio virtual de la biodiversidad y del patrimonio

cultural reforzando procesos de ciencia y arte ciudadanos con modelos de investigación-acción participativa e investigación + creación (I+C). Esto se amplía en el segundo programa.

En tercer lugar, se establece como meta que, para el 2030, se habrán desarrollado soluciones para la adecuación técnica y normativa de bienes y prácticas con declaratoria patrimonial que hayan sido identificadas, con miras a su aprovechamiento económico y social por parte de las comunidades.

Repositorio de Patrimonio Natural y Cultural

Este programa contará con las siguientes herramientas: en 2021 se realizará el estudio de factibilidad del Museo Nacional de Historia Natural y Cultural, desarrollo de un museo del conocimiento (inclusivo e interrelacionado). Debe ser un museo con capacidad de integrar todas las áreas del conocimiento, que permita el desarrollo de contenidos articulados en los modelos inter y transdisciplinarios y que sea escalable en diversas versiones en contexto con las diversas regiones del país. En su aspecto cultural deben incluirse áreas como: la historia de la informática, la tecnología, la computación, la ingeniería, los videojuegos, entre otros.

En 2023 habrá los siguientes avances: 1) la primera fase del Museo Nacional de Historia Natural y Cultural, 2) desde el Museo Nacional se fortalecerá la red de museos y acuarios del país, 3) se dispondrá de una red de centros de documentación sobre patrimonio cultural con un modelo de datos abiertos, 4) se abrirán convocatorias dirigidas a la producción de contenidos para la divulgación y apropiación social del patrimonio natural y cultural.

Nueva Revolución Industrial y Manufacturera

Este programa consiste en el diseño y lanzamiento de convocatorias de innovación abierta con retos que tienden a fortalecer la obtención de bioproductos y bienes y servicios culturales para la industria y la manufactura. Específicamente en el marco de las industrias creativas y culturales, el programa se presenta como una oportunidad para integrar cadenas de

valor alrededor del turismo cultural. Este programa complementa todos los demás, pues el desarrollo de un turismo cultural sostenible depende de un adecuado conocimiento de las prácticas culturales, construido con las comunidades, en una perspectiva de bienestar regional.

Formación y retención del talento humano necesario para el modelo de economía regional basado en biodiversidad y patrimonio cultural

La diversidad cultural y la diversidad natural serán líneas de conocimiento en los modelos de apropiación, en los lineamientos curriculares en todas las etapas del sistema educativo nacional, involucrando a niños, jóvenes y maestros en procesos de creación e investigación ciudadana.

Algunas de las herramientas para 2022 de este programa, que se refieren específicamente a temas de industrias creativas y culturales, son: 1) incentivos y convocatorias estratégicas para la atracción de la diáspora colombiana y su incorporación a procesos de investigación y desarrollo del país en sus regiones de origen, 2) lineamientos curriculares por parte del MEN en cooperación con el Ministerio de Cultura y el MinCTI, que enfatizan la importancia de la diversidad cultural y natural dentro de los programas de formación en primera infancia, educación básica y educación media, 3) iniciativas nacionales con énfasis en la apropiación social del conocimiento sobre diversidad natural y cultural.

Generación de Contenidos a partir del Patrimonio Cultural

Este programa parte de dos supuestos que deben ser realidad a corto plazo: 1) en 2020 debe estar en pleno funcionamiento la plataforma Red Naranja de la Dirección Nacional de Derecho de Autor y 2) en 2021 debe contarse con lineamientos que faciliten la transición entre la identificación de bienes y prácticas de interés cultural y la generación de contenidos, protegidos por derecho de autor y otros mecanismos de propiedad intelectual, con miras a su circulación, distribución y comercialización.

Las herramientas del programa son: en 2021 se abrirán convocatorias dirigidas a la producción de contenidos originales a partir del patrimonio cultural a través de procesos de investigación + creación (I+C), con

participación de las comunidades poseedoras de dicho patrimonio, 2) en 2022 se abrirán convocatorias dirigidas a comunidades –junto con grupos de investigación, empresas y otros actores del SNCTI– para la construcción de cadenas de valor a partir de manifestaciones culturales protegidas por derecho de autor y otras modalidades de propiedad intelectual.

Educación con Calidad para la Equidad, el Desarrollo Humano y el Crecimiento

Descripción de la misión

Esta misión tiene como objetivo “crear las condiciones para que surja una generación de colombianas y colombianos educados con calidad y poseedores de capacidades que les permitan contribuir al desarrollo humano, al fomento y respeto de la diversidad, a la valoración del conocimiento, las prácticas culturales de las regiones y de las identidades, de forma que se potencie el desarrollo económico sostenible y equitativo” (Misión de Sabios, 2019, p. 264).

Esta misión propone siete programas relacionados con la universalización de la atención integral para niños de cero a cinco años, universalización de la educación media, reforma del sistema de formación de maestros, creación de centros de innovación en educación, desarrollo de habilidades socioemocionales y competencias ciudadanas, desarrollo de la creatividad y la curiosidad para la investigación científica e incorporación a todo el sistema educativo del desarrollo de capacidades artísticas y creativas.

La misión se orienta prioritariamente a garantizar el acceso a la educación, con un foco muy especial en primera infancia y en el mejoramiento de la calidad. Además, enuncia de manera explícita la necesidad de educar en la valoración de “las prácticas culturales de las regiones y de las identidades”. En este sentido, los aportes del Foco de Industrias Creativas y Culturales están presentes en la mayoría de los programas.

Desafíos y oportunidades de la misión para las industrias creativas y culturales

Dentro de la misión Educar con Calidad para el Crecimiento, la Equidad y el Desarrollo Humano, los programas que tienen una relación más directa con las industrias creativas y culturales, son los siguientes.

Universalización con diversificación de la educación media.

Uno de los grandes retos de la educación en el país es ampliar la cobertura de la educación media. Para ello, este programa propone aumentar las opciones que tienen los jóvenes para acceder a este nivel de forma flexible y diversa, de acuerdo con las características y potencialidades locales y regionales. Esto implica abrir la posibilidad para que los estudiantes tengan una formación específica en manifestaciones artísticas y culturales locales, no solo en lo relacionado con la creación, sino también en la producción, distribución y circulación de contenidos. En estos casos se puede promover una articulación con la red de Viveros Creativos, para dirigir las convocatorias para acompañamiento a emprendimientos y proyectos culturales a este tipo de estudiantes.

La nueva formación de maestros

Además de proponer la creación del Instituto Superior de Investigación en Educación y Alta Formación de Maestros (ISIE), este programa señala la necesidad de que los maestros estén vinculados con los contextos locales y desarrollen sus capacidades intelectuales y emocionales a través del arte.

Redes subregionales de centros de innovación en educación

Para el desarrollo de esta estrategia se propone establecer redes de centros de innovación en educación, entendidas como espacios para compartir aprendizajes, adelantar investigación pedagógica y sobre el contexto, y vincular a los maestros con la cultura y las comunidades. Los centros de innovación en educación funcionarán en conexión estrecha con las casas de cultura y se buscará que en ellas converjan los procesos de educación y la producción

locales. Las redes de centros de innovación en educación recibirán el apoyo de las universidades regionales, las casas de la cultura, el ISIE, a los que esta misión convoca a participar de esta estrategia. Ello permitirá desarrollar la investigación con pertinencia local y la circulación de materiales y metodologías pedagógicas valiosas. Estas redes brindarán capacitaciones en habilidades socioemocionales, competencias ciudadanas y construcción de paz utilizando los mismos mecanismos y recursos que pondrá a disposición el ISIE, más aquellos que los maestros encuentren pertinentes.

Habilidades socioemocionales, competencias ciudadanas y memoria histórica

Las habilidades socioemocionales son fundamentales en un país con una historia tan marcada de violencia y conflicto. Parte de los retos que implica este programa consiste en la construcción de narrativas, adaptadas al contexto local, que faciliten el desarrollo de este tipo de habilidades y competencias, a la vez que permitan el desarrollo de procesos de memoria con voces de diferentes actores. Esto constituye oportunidades para la generación de contenidos en diferentes campos de las ICC.

La educación en el contexto y el desarrollo de capacidades creativas y artísticas

Este programa está en consonancia con las propuestas específicas sobre educación en las ICC y se orienta a las siguientes metas: 1) en 2025 se debe haber multiplicado por diez la producción de materiales didácticos para solucionar su carencia en muchos lugares del país, dados los problemas de acceso de, formación, información y soporte tecnológico; 2) en 2022 se contará con un programa específico de formación de maestros en metodologías de formación artística y cultural para ser implementado a través del ISIE, las escuelas normales y la oferta de educación continua de diferentes universidades; 3) en 2020 el MEN debe producir lineamientos para lograr transformaciones curriculares, pedagógicas y evaluativas en primera infancia, básica y media, desde una aproximación estética, es decir, que desarrolle la percepción, la sensibilidad y la receptividad (*estesis*); 4) en 2021 debe haberse implementado un sistema nacional

de redes que permita el vínculo entre maestros de las diversas regiones del país, el intercambio de saberes, la creación de nuevas metodologías y el desarrollo de estrategias pedagógicas.

Conocimiento e Innovación para la Equidad

Descripción de la misión

A pesar de los logros obtenidos en las últimas décadas, Colombia sigue siendo un país con grandes inequidades. La concentración del ingreso, medida a través del coeficiente de Gini, alcanzó en 2018 la cifra de 0,517, una de las más altas del continente. La pobreza multidimensional se mantiene en el 19,6 % para todo el país y en el 39,9 % para las zonas rurales, pero en cinco departamentos esta cifra supera el 45 %. Las privaciones que se hacen evidentes en estos indicadores obedecen a unas estructuras de desigualdad, con trayectorias históricas de largo plazo, que han resultado en unas dinámicas autopropetadoras de exclusión social, que a su vez conllevan un creciente riesgo de fragmentación de la sociedad (Misión de Sabios, 2019, p. 251).

Por estas razones, la construcción de una mayor equidad para el país requiere intervenciones que superen una mirada coyuntural o asistencia- lista y entiendan la superación de la desigualdad como un reto que debe convocar no solo al Estado, sino también a la academia, a los empresarios y a la sociedad entera. Esto implica que los esfuerzos de generación de conocimiento a través de la investigación, la innovación y la creación se orienten de manera prioritaria a la identificación y comprensión de las causas históricas, económicas, sociales y culturales de la desigualdad, la construcción y transferencia de soluciones basadas en conocimiento y la creación de una cultura de equidad a través de una educación de calidad accesible para todos.

En este sentido, el objetivo del reto *Colombia Equitativa* es el de “lograr que todas las personas y las comunidades de Colombia sean actores de su propio destino, desarrollen su conocimiento, su creatividad y sus capacidades, gocen de iguales oportunidades y ejerzan sus derechos de

participación, para convertirse en la base del desarrollo nacional” (Misión de Sabios, 2019, p. 252).

Dentro de este reto, la misión “Conocimiento e Innovación para la Equidad” busca específicamente reducir la desigualdad social y la pobreza multidimensional en Colombia a partir del conocimiento científico y la innovación social. Para ello, se plantean los siguientes objetivos específicos y metas:

Objetivos específicos

- Construir e implementar, de forma participativa y a partir de investigación y evidencia empírica, una Política de Innovación Social que oriente la producción, transferencia y aplicación de conocimiento con miras a la erradicación de la pobreza multidimensional y la reducción de la desigualdad.
- Producir conocimiento que contribuya a la universalización del acceso a servicios básicos, acelere la inclusión social y fortalezca el desarrollo autónomo de las poblaciones menos favorecidas.
- Definir criterios e instrumentos para la promoción y el fortalecimiento del diálogo de saberes, en un marco de respeto a las comunidades locales, sus diferentes formas de producción de conocimiento y sus visiones del desarrollo y la sostenibilidad.
- Fortalecer la institucionalidad necesaria para generar igualdad de oportunidades a lo largo del territorio nacional.

Metas para 2030

- A través de la priorización y concentración de esfuerzos científicos y financieros, haber ejecutado un mínimo de cinco proyectos regionales por cada programa, que muestren contribuciones específicas al cierre de la brecha de pobreza multidimensional entre las zonas rurales y urbanas.
- Haber ejecutado un mínimo de cuarenta proyectos de innovación social en cada uno de los programas de la misión (320 en total).
- Contar con un banco de por lo menos diez proyectos replicables a nivel nacional, en cada uno de los programas de la misión.

- Haber logrado la apropiación de la Política de Innovación Social por parte de todos los actores del Estado y del SNCTI.

Con estas metas se espera, entre otras cosas, contribuir a la universalización del acceso a educación, salud y servicios básicos, reducir el coeficiente de Gini, especialmente en los cinco departamentos con mayor incidencia de pobreza multidimensional, y aumentar el índice de desarrollo humano a nivel nacional.

Para lograr estas metas se estableció una hoja de ruta que contempla dos actividades paralelas. Por un lado, abrir convocatorias para investigación en los seis programas que se mencionan más adelante. Por otro lado, construir una Política de Innovación Social con amplia participación de las comunidades, el Estado, y los actores del SNCTI. Estas dos actividades deben conducir a un conjunto de convocatorias para ejecutar proyectos de innovación social en cada uno de los seis programas. Estos son:

- Entender la Inequidad. Producción de conocimiento sobre aspectos históricos, económicos, jurídicos, sociales y culturales de la pobreza y la desigualdad en Colombia.
- Equidad en Salud para Colombia.
- Acceso Equitativo al Agua y los Alimentos.
- Conectividad y Apropiación de Tecnologías.
- Arte, Cultura y Creatividad para la Equidad.
- Economías Locales y Procesos Productivos.

Desafíos y oportunidades de la misión para las industrias creativas y culturales

Aunque las áreas de conocimiento relacionadas con las ICC pueden tener una importante participación en cualquiera de los programas anteriores, desde el Foco de Industrias Creativas y Culturales consideramos que el papel más relevante puede darse en los tres últimos: Conectividad y apropiación de tecnologías, Arte, cultura y creatividad para la equidad y Economías locales y procesos productivos. A continuación se presentan algunas consideraciones sobre los desafíos y oportunidades dentro de cada programa.

Conectividad y Apropiación de Tecnologías

Este programa busca trascender la noción de conectividad basada en el número de conexiones de banda ancha en el territorio nacional. Por el contrario, hace énfasis en la apropiación real por parte de toda la población, especialmente de comunidades vulnerables, de las posibilidades que ofrecen las tecnologías convergentes. En el caso de las ICC se pueden mencionar algunos ejemplos como el uso de *big data* para el análisis de audiencias, internet de las cosas para procesos de creación colaborativa, *blockchain* para la gestión de toda la cadena de valor o inteligencia artificial para la generación de contenidos.

Todas estas posibilidades requieren de un acceso básico a la tecnología, representado en disponibilidad de *hardware*, *software* y conexiones de banda ancha. Sin embargo, como muestran experiencias recientes en el país, la sola disponibilidad de este tipo de infraestructura no garantiza su uso y apropiación. Para lograr un uso efectivo se requiere apoyar la curva de aprendizaje con procesos educativos basados en contenidos claros, fácilmente accesibles, que muestren la amplitud de opciones y beneficios que estas tecnologías pueden traer a los diferentes trabajadores del sector: creadores, productores, gestores y distribuidores.

En este sentido, se espera que los grupos de investigación del país participen en las convocatorias que se abrirán en el marco de este programa para generar contenidos didácticos para el aprendizaje de las tecnologías, además de contenidos creativos que muestren distintas formas de uso, con bajos costos, de manera que sean replicables en diferentes contextos. Adicionalmente, desde disciplinas como diseños e ingenierías, las ICC pueden contribuir al desarrollo de soluciones de infraestructura y equipos de bajo costo para la rápida apropiación de tecnologías, dando prioridad a lugares del país en los que estas han tenido muy baja penetración.

Arte, Cultura y Creatividad para la Equidad

Este programa es el que interpela en forma más directa a los diferentes agentes de las ICC. Por esta razón, reproducimos a continuación todas las líneas de trabajo planteadas, así como las metas del programa para 2030.

- Investigación y documentación sobre las prácticas y manifestaciones culturales colombianas, su historia, los grupos humanos que las generan y su papel en la formación de identidades, con énfasis en poblaciones excluidas históricamente. Esta línea se complementa con las líneas sobre patrimonio cultural planteadas en el reto de Colombia Bio-diversa.
- Desarrollo de métodos, contenidos y materiales didácticos para la educación no formal en técnicas y lenguajes expresivos, en conjunto con las poblaciones en situación de vulnerabilidad, a través de diálogo de saberes. Esto complementa lo contemplado en este sentido en la misión Educar con Calidad para el Crecimiento, la Equidad y el Desarrollo Humano.
- Creación e investigación + creación (I+C) en conjunto con las comunidades para fortalecer la producción cultural local y el sentido de pertenencia.
- Desarrollo y adecuación de infraestructura física para la circulación interregional de contenidos culturales.
- Desarrollo de soluciones de bajo costo para la producción, distribución y puesta a disposición del público de contenidos culturales de todas las regiones.
- Desarrollo de materiales y contenidos para la apropiación de tecnologías relacionadas con la creación, producción y distribución de contenidos culturales.
- Arte y ciencia para la innovación social.
- Implementación de la iniciativa de Viveros Creativos en zonas con alta incidencia de pobreza multidimensional.

Metas del programa para 2030

- Los contenidos producidos localmente deben ocupar no menos del 20 % de la oferta cultural de cada municipio y departamento.
- Los contenidos producidos en otras regiones del país deben ocupar no menos del 10 % de la oferta cultural de cada municipio y departamento.

- Haber alcanzado un incremento sostenido de consumo cultural en los diez departamentos con mayor incidencia de pobreza multidimensional, en las variables que mide la Encuesta de Consumo Cultural del DANE: asistencia a presentaciones y espectáculos culturales, asistencia a espacios culturales y asistencia a cine; lectura impresa y digital de libros, revistas y periódicos; lectura de blogs, foros, páginas web y correos electrónicos; consumo de audiovisuales como videos, televisión, radio y música grabada; realización de prácticas culturales y asistencia a talleres en áreas artísticas y culturales.
- Al menos dos Viveros Creativos deben estar en funcionamiento en cada departamento del país. Estos viveros deben estar generando valor económico a partir de contenidos originales basados en la cultura local.

Economías locales y procesos productivos

Este programa busca generar oportunidades desde el conocimiento para identificar, aprovechar y fortalecer procesos productivos sostenibles basados en recursos y conocimientos locales, que permitan disminuir la dependencia de economías extractivas. Las líneas de trabajo propuestas son:

- Identificación, adecuación y aprovechamiento de infraestructuras, recursos y capacidades locales para la creación de proyectos productivos.
- Emprendimiento para la solución de problemas en contextos de exclusión social.
- Economías alternativas, desarrollo local y sostenibilidad.
- Investigación y desarrollo tecnológico para el fortalecimiento y la competitividad de procesos productivos locales.
- Investigación y desarrollo para el mejoramiento del empleo rural.
- Desarrollo de mercados locales.

En relación con las ICC, la apuesta para el impulso a las economías locales está centrada en el proyecto de Viveros Creativos, que se explica en el siguiente apartado de este texto.



супа

**Viveros Creativos:
modelo de
relacionamiento
de cuádruple
hélice para las
industrias creativas
y culturales**

Introducción

Esta propuesta del Foco de Industrias Creativas y Culturales se enmarca en una iniciativa global de institutos y centros de investigación formulada por la Misión de Sabios 2019, bajo el entendido de que este tipo de instituciones son la mejor interfaz para facilitar la integración entre academia, Estado, sector productivo y sociedad. De esta iniciativa también hacen parte los centros regionales de innovación, los museos de historia natural y cultural (véase misión Colombia Diversa) y los Viveros Creativos.

En el marco de las discusiones del Foco de Industrias Creativas y Culturales, realizadas entre marzo y junio de 2019, se identificaron varias barreras relacionadas con la creación, producción, circulación y comercialización de contenidos culturales. Algunas de las más relevantes son:

- Hay una enorme brecha entre ciudades principales y regiones en términos de infraestructura y oferta formativa para los diferentes eslabones de la cadena de valor de las ICC. Muchos municipios del país no cuentan con los espacios y recursos mínimos³⁶.
- Muchos de los espacios existentes para la generación y circulación de contenidos culturales a nivel nacional se encuentran desligados de procesos de acompañamiento a emprendedores (casas de la cultura, centros culturales, etc.) y son pocos los que cuentan con vínculos activos con universidades u otro tipo de instituciones académicas.

36 Según la Encuesta de Consumo Cultural, en 2016 solo el 7,7 % de la población asistió a cursos o talleres en áreas artísticas o culturales y en 2017 solo existían casas de cultura en 70 % de los municipios, teatros en 21,3 % de los municipios y salas de cine en 5,7 % de los municipios del país (DANE, 2016).

- Existe un muy bajo nivel de asociatividad en las ICC, así como una escasa valoración de los roles “no creativos” de la cadena de valor (técnicos, gestores, intermediarios, etc.).
- Las universidades y las instituciones académicas en general son solamente vistas como formadoras de talento, cuando tienen el potencial para producir conocimiento, generar contenidos, circularlos y prestar servicios de asesoría a las ICC en temas jurídicos, empresariales y creativos.

Estas consideraciones apuntan a la necesidad de propiciar un trabajo colaborativo y articulado entre el Estado, las instituciones educativas, las organizaciones del sector productivo y la sociedad civil. Si bien esto se describe en la literatura de ciencia, tecnología e innovación como *cuádruple hélice*, es importante notar que el término es propuesto por Elias Carayannis y David Campbell (2009) para incluir en los procesos de innovación a los “públicos basados en medios y cultura” (p. 206). Es decir, en la misma concepción de la idea de *cuádruple hélice* se considera el papel de las audiencias y del consumo cultural en la producción de conocimiento. Sin embargo, la interrelación que presentan estos agentes en las ICC no es igual a la que se requiere en otro tipo de sectores. Mientras en la innovación tecnológica se habla de manera acotada de universidades, industria y Gobierno (Leydesdorff y Etzkowitz, 1998), en las ICC es más pertinente hablar de instituciones educativas y organizaciones relacionadas con la generación de contenidos porque el tipo de conocimiento que da valor y hace competitivas a estas industrias no es solamente el conocimiento científico, sino el conocimiento generado en los procesos de creación artística y similares. Esto quiere decir que la innovación en este caso se deriva principalmente de procesos creativos, que incluyen la investigación como herramienta para solución de problemas, pero que apuntan de manera prioritaria a la generación de contenidos que circulan, son apropiados y se vuelven parte de la cultura, modificando percepciones, gustos, subjetividades, emociones y visiones del mundo (Bonilla *et al.*, 2018).

En este sentido, es importante recalcar que en las ICC los procesos de generación de conocimiento, desarrollo, transferencia e innovación ocurren

en escalas de tiempo diferentes de aquellos que caracterizan la transferencia de tecnologías. Por ejemplo, una obra artística puede ser creada, circulada y consumida en el mismo instante (piénsese en piezas de carácter improvisatorio), pero el proceso de innovación al que conduce –es decir, la posibilidad de modificar sensibilidades– puede perdurar largos periodos de tiempo. Por el contrario, un desarrollo tecnológico basado en años de investigación puede ser transferido, comercializado y volverse obsoleto en corto tiempo.

De acuerdo con lo anterior, un modelo de articulación entre estos cuatro actores para las ICC tendría que sacar provecho de la cercanía que hay entre los procesos de generación y circulación de contenidos, en lugar de segmentar estas actividades. A diferencia de otros procesos de innovación, los contenidos culturales pueden ser validados desde el primer momento con públicos reales. Sin embargo, llama la atención que solo recientemente en este tipo de actividades se empieza a tomar en consideración el papel protagónico de los públicos en el proceso creativo. La posibilidad de tener una relación permanente de ida y vuelta entre creadores y públicos, que esté integrada plenamente al proceso de generación de contenidos, constituye una característica particular para la innovación en las ICC.

Propuesta para el relacionamiento en los Viveros Creativos

Desde el Foco de Industrias Creativas y Culturales de la Misión de Sabios, la Pontificia Universidad Javeriana y World Entrepreneurs Switzerland (WE) proponemos un modelo de relacionamiento que entienda la retroalimentación permanente entre consumo y producción cultural como mecanismo de convergencia entre el Estado, las universidades (y la academia en general), las empresas y emprendimientos emergentes y la sociedad civil. A diferencia de la visión tradicional de una cadena lineal con roles especializados, entendemos que la generación de valor simbólico y valor económico en las ICC asume la forma de una “ecología de generación de valor” (Hearn, Roodhouse y Blakey, 2007) que pasa por una relación fructífera y en varias direcciones entre todos los actores, de forma casi simultánea. En este sentido, no se trata de pensar en unos procesos de producción claramente delimitados de bienes y servicios que deben ser distribuidos y mercadeados hasta alcanzar

un consumidor final por medio de una transacción. Por el contrario, se trata de entender el rol activo de los públicos, usuarios y consumidores en la cocreación de los contenidos culturales, en un proceso que involucra una espiral ascendente de formación de gustos, generación de identidades, sofisticación técnica, formación de mercados y otros procesos.

En un contexto como este, es posible pensar en espacios físicos en los cuales puedan ocurrir al mismo tiempo la *experimentación y creación*, la *incubación y aceleración* de empresas creativas y la *circulación y apropiación* de contenidos, algo que no es fácil de conseguir en otros sectores de la industria. Este tipo de espacios pueden influir simultáneamente en la construcción de capacidades creativas y en la dinamización cultural de su entorno, optimizando tiempos y recursos de todos los agentes involucrados. Para ello, deberían encontrarse los siguientes actores:

- Universidades y otras instituciones académicas, no solamente como proveedoras de talento –bien sea a través de sus egresados o de iniciativas de emprendimientos de estudiantes–, sino también como generadoras de contenidos a través de proyectos de creación e investigación + creación (I+C) –como generadoras de conocimiento a través de investigación sobre la industria y como asesores en temas jurídicos, empresariales y creativos–.
- Emprendedores que a través de convocatorias puedan encontrar un espacio, no solo para el desarrollo de sus propuestas creativas, sino también para la validación de contenidos, retroalimentación de públicos y consolidación de propuestas de valor y modelos de negocio.
- Empresarios, ya consolidados, que requieran de nuevo talento y contenidos para su operación y que para ello puedan estar interesados en apoyar procesos de incubación y aceleración de proyectos creativos.
- Entidades del Estado que tengan dentro de sus funciones fomentar la creación, apoyar iniciativas empresariales y dinamizar la economía creativa, y que puedan cumplir un papel articulador más allá otorgar recursos.
- Públicos, audiencias, usuarios y organizaciones de la sociedad civil que quieran acceder a propuestas creativas innovadoras y tener un rol activo en la generación de contenidos.

La propuesta consiste en un modelo que relacione estos actores en un mismo espacio físico, que funcione simultáneamente como 1) laboratorio de creación, 2) incubadora-aceleradora de emprendimientos o proyectos creativos y culturales y 3) centro abierto al público, con programación cultural original y permanente. Para cumplir estas tres funciones, estos espacios deben cumplir con unas características mínimas:

- Laboratorio de creación: debe contar con espacios dotados con equipamiento mínimo para la experimentación y creación, como estudios, instrumentos, cámaras, micrófonos, consumibles, etc. Esta dotación puede ser para una sola área que coincida con las vocaciones creativas del entorno local, o en muchas expresiones diferentes, si las condiciones lo permiten. En estos espacios los emprendedores o líderes de proyectos, seleccionados a través de convocatoria, pueden recibir asesoría de expertos académicos en áreas creativas, lo cual implica procesos breves y concentrados de formación en técnicas, herramientas y lenguajes, aplicados directamente a la propuesta creativa presentada (no formación general o básica). Dentro de este marco puede contemplarse la realización de residencias de creación y otros mecanismos similares.
- Incubadora-aceleradora de emprendimientos: los primeros contenidos mínimos viables se pueden validar con públicos reales, en los mismos espacios del vivero, con miras a la definición de una propuesta de valor. Para ello se necesitan mentorías y asesorías en temas creativos, empresariales y jurídicos que pueden provenir tanto de las universidades como de los empresarios vinculados al proceso. Debe haber un ciclo con varias iteraciones de mentorías, asesorías y validación con públicos y usuarios que permita definir un modelo de negocio, organizado en una ruta de acompañamiento flexible de acuerdo con las posibilidades del entorno local.
- Centro cultural: la programación cultural se puede distribuir en varias franjas de acuerdo con el nivel de desarrollo de la idea y con la infraestructura disponible. Es importante que existan espacios adecuados para el flujo de públicos, usuarios y compradores según las áreas en las que se desarrollen proyectos: auditorio, galería,

showroom, sala de exhibición audiovisual, restaurante (para proyectos de gastronomía), etc. Así, los contenidos mejor desarrollados en los procesos de acompañamiento serán destinados a las franjas o espacios con mayor exposición al público. Para la validación de contenidos iniciales, que no estén listos para su puesta a disposición, se pueden usar herramientas como grupos focales y otros similares. En todo caso, la idea es que los usuarios y consumidores estén involucrados en los procesos de creación desde el inicio y que se beneficien de esa actividad cultural. A manera de ejemplo, se pueden ofrecer descuentos para las entradas a los principales eventos a espectadores que participen de grupos focales validando contenidos tempranos.

Esta triple función debe constituirse en un modelo que se pueda llevar a diferentes escalas, de acuerdo con las capacidades instaladas, el talento humano y las vocaciones productivas de cada entorno local. Así, es posible que una casa de la cultura priorice la implementación del modelo alrededor de una práctica musical tradicional, para lo cual tendría que contar como mínimo con una sala de ensayo y un pequeño auditorio para presentaciones públicas y, eventualmente, con equipos para grabación y edición de audio. De la misma forma, un vivero con mayores recursos en una ciudad principal podría cobijar a diferentes expresiones artísticas bajo un mismo techo, orientándose a propuestas interdisciplinarias innovadoras, con uso de tecnologías de punta.

Sello y red nacional de Viveros Creativos

Los espacios que cumplan con las condiciones de este modelo podrán denominarse Vivero Creativo y conformar una red nacional de este tipo de instituciones, articulada por el Ministerio de Cultura. Las entidades existentes de carácter público, privado o mixto (casas de la cultura, centros culturales, escuelas taller, etc.), pueden optar por implementar el modelo, lo cual debe permitirles acceder a beneficios (por determinar) y los compromete a una serie de responsabilidades que deben cumplir para mantener el sello. Entre estas responsabilidades deben estar compartir

buenas prácticas de gestión con otros viveros y facilitar la circulación de contenidos generados en otros viveros y en el propio.

Para demostrar que se cumple con los requisitos establecidos en el modelo de relacionamiento, la entidad que opera el vivero debe presentar al Ministerio de Cultura: 1) los convenios realizados con al menos una entidad académica, una empresa y una entidad estatal diferente a dicho ministerio, y 2) un documento con la descripción de cómo operará la ruta de acompañamiento (véase la página 198). La implementación del modelo podrá contar con el apoyo técnico por parte de World Entrepreneurs.

Sostenibilidad

El modelo de relacionamiento debe ser al mismo tiempo un modelo de sostenibilidad, en la medida en que establezca los compromisos mínimos a asumir por parte de los diferentes actores, así:

Universidades y entidades académicas

Al sumarse a un Vivero Creativo deben asumir el compromiso de dedicar recurso humano, contado en horas de trabajo, para hacer asesorías y mentorías y realizar actividades de investigación. Asimismo, la entidad académica debe poder encargarse de identificar iniciativas de emprendimiento y proyectos culturales relevantes en una o varias áreas creativas que correspondan con las vocaciones del entorno local, tanto en las propuestas de sus estudiantes, como en las que provengan de otros actores.

Empresas consolidadas

Al vincularse a un Vivero Creativo deben comprometerse a aportar recursos para su mantenimiento. A cambio, podrán trabajar cercanamente con los emprendedores, tener condiciones privilegiadas para el licenciamiento de contenidos y otra propiedad intelectual, y acceso al talento humano. Adicionalmente las empresas pueden participar a través de patrocinio de espacios, demanda de soluciones innovadoras y otras formas de participación.

Emprendedores

Deben pagar una suma mínima por tener derecho a los servicios de acompañamiento y asumir compromisos claros que garanticen la continuidad de participación en los procesos. Es importante que en todo momento mantengan los derechos de propiedad intelectual de sus creaciones, ya que es a partir de estos intangibles que pueden desarrollar sus ideas. Por esa razón deben comprometerse, a través de mecanismos claros, a contribuir a la solidez y calidad de la programación cultural del vivero.

Entidades estatales

Como beneficiarios directos de la dinamización cultural y económica que pueden producir los viveros, las entidades estatales del orden nacional, regional o local deben aportar a su sostenimiento, permitiendo apalancar recursos de otras fuentes. Para esto se pueden utilizar mecanismos ya existentes, como el estímulo de obras por impuestos establecido para las Áreas de Desarrollo Naranja o el Programa de Concertación del Ministerio de Cultura, y se pueden desarrollar otros nuevos.

Públicos y usuarios

Aunque algunas de las actividades abiertas al público serán gratuitas, el fomento de una cultura de pago por servicios culturales se debe entender como una parte fundamental de la construcción de las industrias creativas y culturales del país. Por ello es deseable que se involucren distintas formas de contraprestación y que se hagan avances hacia la remuneración económica para los artistas por parte de los usuarios que accedan a la programación cultural de los viveros.

Ruta de acompañamiento

La columna vertebral de los Viveros Creativos será la ruta de acompañamiento a proyectos y emprendimientos. La ruta busca acompañar la producción, validación y publicación de contenidos culturales por parte de equipos emprendedores, con el objetivo de generar unidades productivas sostenibles. En ella se establecen diferentes etapas en las que se hace evidente la participación

de cada uno de los actores. En este documento se presentan solamente unos lineamientos generales, pero cada vivero debe elaborar un documento más detallado con la adaptación de este proceso a su contexto particular.

Etapa cero

La entidad responsable de la operación del vivero, en conjunto con una o varias entidades académicas, formula una convocatoria para el acompañamiento de proyectos y emprendimientos orientados a la creación, producción y divulgación de contenidos culturales. Las entidades académicas y el vivero evalúan y seleccionan teniendo en cuenta la calidad del equipo y de las propuestas, y de acuerdo con sus capacidades de atención. La conformación de los equipos puede variar dependiendo de las condiciones del entorno local, pero es deseable que en cada equipo haya al menos tres roles: un creador, un productor y una persona enfocada en la comunicación y mercadeo. En el caso más sencillo el equipo debe estar conformado por dos personas, cada uno con un rol diferente. En todo caso, estas condiciones se detallarán en los términos de referencia, que serán específicos para cada vivero.

Etapa uno

Los equipos seleccionados deberán hacer una inscripción, pagando una tarifa que se determinará en cada vivero, para iniciar su proceso de acompañamiento con la primera etapa. En este punto se busca que los equipos adquieran herramientas básicas de emprendimiento, que depuren la calidad de sus contenidos y que definan una propuesta de valor. La duración puede variar entre tres y seis meses dependiendo de la trayectoria del equipo y las condiciones del entorno.

Las entidades académicas vinculadas al vivero prestarán servicios de capacitación en temas empresariales, tributarios, de propiedad intelectual (especialmente derecho de autor) y en las técnicas y lenguajes expresivos que sean más pertinentes para alimentar la propuesta.

Durante esta etapa se deben realizar por lo menos tres experiencias de validación de los contenidos con públicos y usuarios reales. Estas experiencias pueden ser gratuitas para los asistentes, pero en ese caso se debe

buscar que el público retroalimente la sesión a manera de contraprestación. Al final de esta etapa debe definirse la propuesta de valor, tomando como base los resultados de la validación de contenidos.

Etapa dos

Los equipos que cumplan el número mínimo de validaciones y tengan definida su propuesta de valor, podrán iniciar la segunda etapa, que tendrá igualmente una duración de entre tres y seis meses. Esta tiene como objetivos: 1) ajustar el contenido con base en las validaciones, lo cual puede requerir nuevas capacitaciones y trabajo de creación, 2) realizar ajustes en los procesos de producción, 3) definir una estrategia de mercadeo, 4) definir un modelo de negocio.

Durante esta etapa las entidades académicas pueden brindar capacitación en temas financieros y de mercadeo, además de apoyar el perfeccionamiento de la calidad del producto o servicio. Las empresas, a su vez, pueden lanzar retos para la generación de contenidos.

Las validaciones de contenidos que se realicen durante esta etapa (mínimo tres) deben alcanzar un volumen de público mayor que las de la primera etapa y, al menos una de ellas, debe dar lugar a una contraprestación económica por parte del público.

Al final de la etapa de incubación se debe tener definido el modelo de negocio del proyecto o emprendimiento, con una proyección realista de ingresos, y una estrategia de comunicación orientada a la construcción de audiencias.

Etapa tres

Una vez definido el modelo de negocio, y después de realizar al menos una validación que genere ingresos económicos, los equipos podrán orientarse a la tercera etapa, también de tres a seis meses de duración, que tendrá como objetivos 1) definir una propuesta final de contenidos, 2) implementar las estrategias de comunicación y mercadeo, 3) validar el modelo de negocio para garantizar la sostenibilidad del proyecto o emprendimiento.

Durante esta etapa se deben realizar al menos tres validaciones del contenido que generen ingresos y permitan ajustar los detalles del

modelo de negocio. Para ello, la participación de las entidades académicas y las empresas se hará en forma de mentorías más que como espacios de capacitación.

Al terminar la tercera etapa, cada equipo deberá planear, realizar y evaluar un evento, demostración o puesta a disposición del público, en un espacio diferente al del vivero, que tenga asegurada su viabilidad financiera. Una vez presentados los resultados de esta actividad, el equipo habrá completado su proceso de acompañamiento y obtendrá la certificación correspondiente.

Programación cultural

La persona responsable de la operación del vivero tendrá bajo sus funciones la programación cultural. Esta puede estar complementada por otra oferta diferente a la de los contenidos que están siendo validados en la ruta de acompañamiento. Sin embargo, los contenidos de estos equipos deben ocupar un lugar prioritario y reconocible dentro de la programación.

Las franjas de presentación al público (para artes temporales) y los espacios (para otro tipo de expresiones), deben estar diferenciados de manera que los contenidos más depurados (los de los equipos que están en la etapa 3) se reserven para los momentos y lugares con mayor flujo de público. Así, es posible hablar de franjas “beta”, de carácter más experimental para validaciones tempranas, y de franjas “estelares” para contenidos con más depuración técnica y conceptual.

Aunque parte de la responsabilidad de la comunicación recae en los equipos que están siendo acompañados, es también responsabilidad de la entidad que opera el vivero realizar una divulgación adecuada de la oferta cultural.

Anexos

1. Bases para una propuesta de acciones para el desarrollo del sector creativo*

Ramiro Osorio Fonseca, en colaboración con
Pilar Ordóñez, Javier Machicado y Paola Álvarez

Introducción

Entre los múltiples desafíos que enfrenta hoy el sector creativo colombiano, hay tres que son especialmente importantes, pues su resolución es fundamental para el desarrollo sostenible del sector y de sus agentes. Las iniciativas de fondo, encaminadas a acortar la brecha de necesidades sectoriales en estos tres ámbitos, tienen también el potencial de generar impactos verdaderos en una visión sostenible del país.

El primero de estos retos es el fortalecimiento de las capacidades de quienes hacen parte del sector creativo. Las capacidades tienen que ver con la posibilidad de que las personas puedan desempeñarse óptimamente en el quehacer o trabajo que más valoran y, por lo tanto, permiten el fortalecimiento de los procesos y productos al interior del ecosistema creativo. De manera más profunda, sin embargo, están asociadas a la calidad de vida y la libertad de elección de los individuos en la sociedad. Los diagnósticos disponibles en el país identifican brechas de capacidades sectoriales en varias dimensiones, a saber: en las capacidades creativas de base adquiridas durante la infancia y la juventud; en las asociadas a los oficios y áreas técnicas relacionadas con la creación y producción; en la calidad y cobertura de la formación profesional de artistas y creadores; en las capacidades para la gestión de proyectos y empresas viables y sostenibles; en las habilidades blandas –relacionadas con la comunicación, la confianza y el trabajo en equipo–; y en las capacidades institucionales, al interior de gremios y entidades públicas, para la cultura y la creatividad.

Un segundo ámbito de los desafíos tiene que ver con el desarrollo de redes y conexiones al interior del sector creativo y de este con el

resto de la sociedad. De manera paralela a las inversiones en dinero y en infraestructuras, y como condición necesaria para su viabilidad económica y social, el fortalecimiento de conexiones entre organizaciones culturales y empresas creativas de escalas diversas, de estas con proveedores, con intermediarios, con audiencias o con inversionistas, crea una estructura que permite proponer iniciativas colegiadas, fomenta el aprendizaje en red, intercambios, coproducciones, circulación conjunta y negocios, entre otros beneficios. El desarrollo de un ecosistema creativo al interior del país, de mercados culturales unificados y funcionales, y los intercambios del sector con el resto del mundo, dependen de acciones encaminadas a tender puentes duraderos dentro y desde el sector creativo.

Un tercer reto está relacionado con el diseño e implementación de esquemas sostenibles de operación y funcionamiento de organizaciones, empresas, infraestructuras y políticas del sector creativo. Los diagnósticos existentes apuntan no solo a que las organizaciones del sector tienen una alta tasa de mortalidad en Colombia, sino a que los impactos de sus iniciativas sobre la economía y la sociedad son muchas veces limitados. La sostenibilidad del sector y sus agentes se debe construir a través de la comprensión de los beneficios económicos y no económicos de la cultura y la creatividad sobre la sociedad, desde la consciencia sobre la importancia de la diversidad y desde una perspectiva de equidad inter- e intrageneracional. Las iniciativas de fomento deben estar encaminadas a promover esquemas sostenibles de funcionamiento que produzcan beneficios económicos y sociales para el sector y el país.

Con estos retos en mente, se proponen a continuación cinco líneas de trabajo. Todas tienen una estrecha vinculación con la resolución de los desafíos que tiene el sector para su desarrollo en una perspectiva sostenible y han tomado en cuenta casos exitosos de diseño e implementación de políticas y programas en diferentes países del mundo. Asimismo, se trata de iniciativas de fomento que se comunican y complementan orgánica y correctamente el actual Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 y las estrategias contempladas en la Política de Creatividad y Economía Naranja. Estas líneas de trabajo son:

- Creatividad en la infancia y la juventud.
- Fortalecimiento de capacidades creativas.
- Desarrollo de un ecosistema creativo interconectado.
- Infraestructuras para el desarrollo sectorial.
- Política de turismo cultural sostenible.

Creatividad en la infancia y la juventud

¿Qué son los sistemas educativos que buscan desarrollar la creatividad en la infancia y la juventud?

Se refieren a planes educativos nacionales generados en distintos países, que tienen la finalidad de brindar a los jóvenes proyectos educativos y habilidades conscientes, tanto del contexto internacional como de las necesidades y transformaciones locales. Estos priorizan una serie de valores y acciones que se describen a continuación:

- El mundo globalizado requiere el desarrollo de destrezas en los individuos para generar oportunidades laborales en lugares diferentes al de origen. Estas habilidades incluyen: tolerancia, manejo de idiomas, resiliencia, productividad y curiosidad.
- Estos programas buscan desarrollar habilidades y capacidades específicas en distintas organizaciones educacionales. Este resultado se obtiene a través de la movilidad, por medio de transmisión de experiencias (conocimientos) y de buenas prácticas, y la realización de alianzas.
- Son estrategias que promueven el trabajo colaborativo entre maestros y alumnos, con la finalidad de que este proceso cualifique a todos los agentes.
- Son programas que otorgan mayor autonomía al establecimiento educativo, al docente y al alumno.
- Son sistemas en donde la innovación se aplica a todos los ámbitos pedagógicos y físicos.

¿Por qué son importantes los sistemas educativos que buscan desarrollar creatividad en infancia y juventud?

Porque permiten abandonar los paradigmas clásicos de la enseñanza y generar programas más adaptados a las necesidades y cambios de cada nación. Adicionalmente, brindan herramientas a los jóvenes para tener una mejor participación e involucramiento en un mundo cada vez más interconectado e internacionalizado. La importancia de dichos programas se resume a continuación:

- Son sistemas educativos conscientes de que los paradigmas cambian, buscan entender y anticiparse a las transformaciones con la finalidad de preparar a los ciudadanos para que vivan las realidades vigentes de mejor manera.
- Son sistemas educativos que, al tener presente la internacionalización, comprenden que el desarrollo de habilidades funciona como factor de cohesión social más allá de los Estados y ofrecen herramientas para que los jóvenes estén cada vez más cualificados (y tengan mejores oportunidades laborales).
- Son programas que ven en la movilidad una estrategia para desarrollar capacidades profesionales e intercambiar experiencias y prácticas, con el propósito de construir redes de trabajo internacionales y generar alianzas estratégicas y proyectos colaborativos.
- Las estrategias de colaboración instauradas por estos programas permiten aumentar los procesos de aprendizaje.
- Estos programas buscan recuperar y fortalecer el rol del maestro, haciéndolo una pieza fundamental del sistema educativo y de su dinamización.
- Son sistemas educativos para los cuales la innovación es una herramienta que debe estar inmersa como propósito permanente en el proceso educativo (siendo conscientes de los cambios globales y nacionales).

¿Cómo construir sistemas educativos que busquen desarrollar creatividad en infancia y juventud?

Su construcción se desarrolla a través de una serie de estrategias que buscan generar un impacto a largo plazo en los estudiantes. Adicionalmente, instauran una constante adaptación y evaluación de sus planes educativos para tener mejores resultados. Diversos mecanismos para implementar dichos programas se describen a continuación:

- Estos sistemas perciben la educación como el corazón de la identidad nacional y como un punto de partida para la transformación, por lo que sus estrategias reflejan su priorización en el desarrollo nacional (se aumenta la inversión y se hace un compromiso por elevar los estándares cambiando los métodos de trabajo y los programas).
- Estos programas educativos siempre buscan dar respuesta a la realidad y a los cambios que se viven en la sociedad. Por ejemplo, los cambios en la filosofía educativa siguen o se anticipan a los resultados de la evolución de los paradigmas económicos.
- Estos sistemas conciben las infraestructuras como espacios de innovación adaptables a sus necesidades de aprendizaje y no viceversa. Consecuentemente, se diseñan escuelas con espacios abiertos, paredes de vidrio y salones que se interconectan.
- Estos desarrollos educativos ven al maestro como pieza fundamental del sistema y, por lo tanto, se invierte en su capacitación y bienestar. En este sentido, aumentan el número de profesores, les brindan espacios para que puedan desarrollar proyectos colaborativos, les ofrecen personal de apoyo (tiene soporte) y les dan un incremento salarial.
- Estos sistemas educativos introducen en el sistema escolar la flexibilidad y la variedad, buscando atender las circunstancias individuales. Consiguen esto a través de estrategias como reducir la carga curricular, jornadas escolares más cortas, pasar de currículos llenos de contenidos a unos centrados en destrezas y habilidades, una amplia oferta de actividades extracurriculares (música, arte y deporte) y el desarrollo de otro tipo de valores en los estudiantes (desarrollando su liderazgo y sus competencias sociales y emocionales).

¿Cómo aplicar estas ideas a Colombia?

Del estudio de diversos sistemas educativos a nivel internacional, hay ciertos elementos que se pueden poner en práctica en el caso colombiano.

Dichos componentes, se describen a continuación:

- Una apropiación de un marco de valores que fundamente la política pública educativa: el fortalecimiento de sistemas educativos relacionados con la creatividad en la infancia debe partir de una estrategia de divulgación nacional para generar consciencia, interiorización y apropiación de los valores educativos en las instituciones y la ciudadanía. Los programas educativos que se desarrollen, por su parte, deben estar diseñados con propósitos específicos.
- Flexibilidad, empoderamiento e innovación: los ambientes pedagógicos flexibles e innovadores son el ambiente natural para acompañar el desarrollo educativo con los cambios de la realidad, dado que la educación requiere adaptaciones veloces, para las cuales el sistema debe ofrecer una respuesta oportuna. Esta estrategia debe ir acompañada de la entrega de mayor capacidad de autodeterminación y creación para el alumno, el maestro y las instituciones educativas.
- Trabajo colaborativo: el sistema educativo debe buscar promover la asociación y el trabajo colaborativo, fomentando iniciativas plurales que comprometan diversidad de actores o agentes.
- Movilidad e intercambios: el sistema educativo debería promover la movilidad dentro del país y la internacionalización del talento a través del fomento de redes y rutas de conocimiento, el intercambio de buenas prácticas y el apoyo a la formación de colombianos en el exterior y de los extranjeros en Colombia.
- El maestro como centro del sistema: el sistema educativo debe apostar por elevar el número de plazas de docentes, su remuneración y el personal de apoyo. Asimismo, debe aumentar espacios y herramientas que posibiliten el trabajo colaborativo.
- Reducción de cargas académicas formales: el sistema educativo debe evitar la tendencia a generar demasiado contenido, sin brindar el

suficiente tiempo para apropiarlo. Por otra parte, es importante que dicha oferta se articule a actividades complementarias que se puedan llevar a cabo en el tiempo libre.

- Desarrollo de habilidades blandas: el sistema debe apostar por definir una línea de política y programas que, desde la primera infancia, eduquen en habilidades blandas, permitiendo alcanzar un mejor nivel de satisfacción en el desempeño profesional y laboral de los jóvenes.
- Establecer indicadores para la medición: generar una apuesta nacional por la educación acompañada de la generación y establecimiento de indicadores para su medición. Por su parte, estos deben ser aplicados a nivel nacional y verse reflejados en todo el territorio.

Fortalecimiento de capacidades creativas

¿Qué son los programas para el fortalecimiento de capacidades creativas?

Los programas para el fortalecimiento de capacidades creativas buscan generar y promocionar el desarrollo de una serie de habilidades en segmentos específicos de la población adulta, con unos objetivos concretos, permitiendo ofrecer a distintos sectores sociales una vida laboral y social óptima. Abordan capacidades como la combinación de sabiduría, actividades, competencias y actitudes apropiadas para un contexto específico, y parten de una premisa básica: las capacidades se pueden aprender y es posible instruirse en estas. Las principales características de estos programas son:

- Brindan más amplias y mejores oportunidades en términos educativos y laborales.
- Consideran que el desarrollo de habilidades es de vital importancia, independientemente de los antecedentes o logros educativos anteriores.
- Buscan un equilibrio entre el desarrollo de habilidades duras (profesionales y técnicas) y blandas (socioemocionales), con la finalidad de producir verdaderos resultados.

¿Por qué son importantes los programas para el fortalecimiento de capacidades creativas?

Se centran en el desarrollo de habilidades y competencias que son vitales, hoy en día, para desarrollarse exitosamente a nivel social y laboral. En este sentido, estos programas buscan permitir a los individuos tener una interacción y adaptación exitosa con su entorno. Estos programas se vuelven centrales en el desarrollo sectorial por las siguientes razones:

- El sector creativo requiere del desarrollo de habilidades en los creadores, intérpretes y productores, pues muchas veces su educación es informal y empírica. Lo anterior no les permite obtener mejores oportunidades de empleo además de afectar negativamente la calidad de los bienes y servicios creativos.
- A pesar de su importancia para el proceso creativo, las habilidades técnicas y las relacionadas con los oficios creativos son subestimadas por la sociedad.
- Otro tipo de habilidades deficientes en el sector creativo son las relacionadas con la gestión de proyectos, organizaciones y empresas. El desarrollo de estas habilidades se vuelve esencial, ya que permite proyectar iniciativas y emprendimientos sostenibles.
- Es importante que los creadores y productores de servicios creativos aprendan a reconocer las necesidades del entorno y su mercado, permitiendo generar conexiones efectivas entre los contenidos y sus audiencias.
- Las habilidades básicas, como el lenguaje y las matemáticas, no son suficientes para ser exitoso hoy laboralmente. En este sentido, su desarrollo debe acompañarse de una comprensión y capacitación en habilidades intra- e interpersonales, resumidas en el concepto de habilidades blandas.
- Las habilidades blandas o competencias socioemocionales tienen que ver con elementos como: comunicación efectiva, habilidades para trabajar en equipos multidisciplinarios, flexibilidad, confianza en uno mismo y en los demás, etc.
- Los programas de desarrollo de capacidades creativas comprenden que el desarrollo de capacidades (una combinación de habilidades

duras y blandas) es fundamental para la reconstrucción del tejido social en situaciones de posconflicto y adversidad.

¿Cómo se desarrollan estos programas de capacidades creativas?

Unos parámetros para el desarrollo de estos programas son:

- No hay habilidades absolutas, cada disciplina, sector educativo y país define el conjunto de habilidades de acuerdo con sus necesidades y con su propia visión.
- Los programas para el desarrollo de habilidades deben estar ligados a situaciones contextuales. Los resultados de estos programas se potencian cuando se hace la mezcla adecuada entre teoría y práctica. La triada que reúne al sector público, los centros de formación y las empresas como plataformas de formación de capacidades se vuelve esencial para encontrar este equilibrio.
- El buen desarrollo de habilidades, tanto duras como blandas, se logra a través de un proceso en el cual los alumnos aprenden a través de compartir con expertos y por medio de experiencias de trabajo en el sector.
- Debe haber complemento entre formación de habilidades duras y blandas. Esta mezcla maximiza las posibilidades de empleo para los aprendices y permite mejoras sustanciales en el horizonte de bienestar de las personas.
- En el desarrollo de habilidades para la creatividad debe existir la posibilidad de generar conexiones y redes locales e internacionales.

¿Cómo aplicar estas ideas a Colombia?

Un programa de capacidades creativas se podría instaurar en Colombia. Sin embargo, con la finalidad de extrapolar estas ideas, hay ciertos factores que se deben tener en cuenta:

- Investigación contextual: el desarrollo de este tipo de programas debe ser contextual. Consecuentemente, antes de poner en práctica un plan o mecanismo de desarrollo de habilidades se debe hacer un estudio previo del contexto de la población específica que se desea beneficiar, con la finalidad de definir habilidades y planes de acción.

- Programas con propósitos específicos: el desarrollo de este tipo de programas debe partir de una pregunta básica, ¿cuál es el impacto que se quiere producir con el desarrollo de dichas habilidades? Son programas que deben tener un fin específico, para el cual se desarrollarán ciertas habilidades.
- Combinación de habilidades técnicas y blandas: esta mezcla entre estos dos tipos de competencias es lo que realmente permite generar cambios (a nivel social y laboral) en los individuos (ambas deben alimentarse y crecer a la par para producir verdaderos resultados).
- Práctica continua como base de la excelencia: como complemento de las instancias de formación es necesario articular a empresas del sector para involucrar el talento en formación en prácticas continuas que aseguren la excelencia en el desempeño de las habilidades.
- Movilidad social y resiliencia: el desarrollo de este tipo de programas de capacidades permite brindar nuevas oportunidades de vida. Estos mecanismos se vuelven centrales, sobre todo, con personas que vienen de contextos difíciles y en el posconflicto (en términos culturales, sociales y económicos). Este tipo de programas permite a los individuos hacer un autoanálisis de su contexto, entender qué les gusta y qué quieren hacer en un futuro, comprender en qué punto del camino se encuentran y descubrir qué elementos o herramientas hacen falta para alcanzar sus objetivos.

Un ecosistema creativo interconectado

¿Qué se entiende por el desarrollo de un ecosistema creativo interconectado?

Un ecosistema creativo interconectado incluye la diversidad de agentes y mediadores del sector –creadores, organizaciones, empresas de escalas diversas, intermediarios y representantes, públicos, etc.– y se potencia a través de redes de trabajo entre estos agentes, las cuales tienen el potencial de fomentar el aprendizaje mutuo, generar intercambios de todo tipo de recursos, facilitar la cocreación y la coproducción, permitir la circulación

en mercados más amplios, incrementar el potencial de negocios sectoriales, entre otros beneficios. Las redes de trabajo para el desarrollo sectorial:

- Están conformadas por organizaciones que tienen un objetivo estratégico común.
- Generan iniciativas conjuntas que tienen beneficios en aspectos organizativos, de gestión, creativos y productivos, para el desarrollo de mercados, formación y financiamiento, entre otros.
- Pueden tener carácter privado, público o mixto.

¿Por qué es importante el desarrollo de redes en un ecosistema creativo interconectado?

El desarrollo de redes de trabajo en un ecosistema creativo es importante, ya que las conexiones son fundamentales para la sostenibilidad sectorial. Las redes representan las conexiones creativas y productivas efectivas entre eslabones y procesos en diferentes ecosistemas creativos de estos con su entorno. Sin redes funcionales no hay flujo de símbolos, bienes, servicios y valores entre los agentes creativos y sus públicos. Su existencia es un complemento y potenciador fundamental de las inversiones y de las infraestructuras creativas. Adicionalmente, las iniciativas en red hacen posible incidir de manera articulada sobre el avance del sector creativo con una visión de largo plazo.

¿Cómo se pueden desarrollar redes de trabajo del sector creativo?

Hay varias estrategias que pueden aplicarse para desarrollar un ecosistema creativo interconectado:

- Diseñar e implementar plataformas de encuentro e intercambio a través de conferencias, foros y diversos espacios de encuentro para permitir a los agentes del sector conocer figuras clave, desarrollar habilidades prácticas, descubrir nuevos modelos innovadores y permitir la colaboración entre ideas afines.
- Diseñar e implementar plataformas de negocio como mercados y estrategias para conectar a los agentes con otros mediadores.
- Incentivar la cocreación y coproducción mediante espacios de cotrabajo, residencias, etc.

- Buscar tener incidencia en la representación y la programación de los contenidos creativos generados por una red. En este sentido, las redes funcionan no solo como plataformas de creación sino como representantes de catálogos creativos frente a otros intermediarios y frente a un público objetivo.
- Definir estrategias para el desarrollo de audiencias a través de actividades para la promoción, mercadeo y desarrollo de nichos de públicos ligados a una expresión creativa común.
- Incluir mecanismos para fortalecer habilidades creativas, técnicas, y las competencias para el emprendimiento.
- Gestionar y asignar recursos concursables para coproducciones, circulación conjunta, inversiones de largo plazo, entre otras. Estas pueden ser financiadas con recursos públicos, pero también pueden venir de entidades privadas.
- Complementar y enriquecer las infraestructuras o espacios que facilitan los procesos de cocreación, producción, formación y contacto con las audiencias.

¿Cómo aplicar estas ideas a Colombia?

Para aplicar las ideas sobre el desarrollo de un mercado unificado a Colombia, hay varios elementos que se pueden tener en cuenta:

- Plataformas de trabajo en red y de negocio: el trabajo en red es una importante estrategia a la hora de generar desarrollo en los sectores creativos. Consecuentemente, la política pública, las iniciativas de gremios y los agentes del sector deberían crear y fortalecer plataformas, estrategias y espacios de encuentro y negocio entre agentes creativos.
- Intercambio de conocimiento y buenas prácticas: pueden generarse metodologías y estrategias para que haya intercambio de conocimientos y buenas prácticas entre los agentes del sector, buscando que el principal gestor de conocimiento de los sectores creativos sea la misma experiencia de funcionamiento de los agentes que en él trabajan.

- Fortalecimiento de procesos de formación: pueden fortalecerse los procesos de formación al interior de las redes de trabajo mediante el desarrollo de habilidades creativas, técnicas, emprendedoras y blandas, entre otras, que puedan generar emprendimientos y proyectos sostenibles.
- Articulación con infraestructuras culturales y creativas: la articulación de las redes de trabajo creativas con las infraestructuras existentes posibilita el desarrollo de contenidos, programación, plataformas de formación y relaciones, entre otras, para la sostenibilidad de la red misma y de la infraestructura aliada.
- Estrategias de financiación: pueden orientarse las estrategias de financiación pública para apalancar procesos, proyectos y emprendimientos creativos en red.

Infraestructuras para el desarrollo sectorial

¿Qué son las infraestructuras para el desarrollo sectorial?

Las infraestructuras culturales son espacios que tienen tres ejes de acción principales relacionados con la creatividad y la cultura: 1) difusión y exhibición, 2) producción y experimentación y 3) formación e investigación. Estos son espacios inicialmente designados para la creación y el intercambio creativo; sin embargo, también tienen una serie de impactos sociales, culturales, económicos y urbanísticos sobre una zona y una población particular.

Dentro de las principales características de las infraestructuras para el desarrollo sectorial se encuentran elementos como:

- La consolidación de estos espacios busca producir resultados sobre un entorno particular, relacionados con la renovación urbana, la generación de empleo, y la creación, producción, distribución, exhibición, comercialización y consumo de bienes y servicios culturales y creativos.
- Son lugares concebidos como espacios multidisciplinarios (con presencia de distintas disciplinas artísticas y creativas); incluso

a veces pueden funcionar como espacios multifuncionales (que puedan usarse para varios formatos).

- Son modelos de concertación que pueden tener diferentes naturalezas y mecanismos de financiación: pueden ser públicos, privados o mixtos (público-privados). Asimismo, dentro de su funcionamiento se incluyen, a veces, la producción de recursos propios.
- Son espacios que buscan la convergencia de la cultura, la creatividad y el emprendimiento, haciendo una apuesta por el desarrollo de las industrias y proyectos creativos.
- Son espacios que buscan articular redes culturales y artísticas tanto en la ciudad, como a nivel nacional e internacional.

¿Por qué son importantes las infraestructuras para el desarrollo sectorial?

Las infraestructuras culturales para el desarrollo sectorial tienen una serie de impactos en las comunidades locales y en la construcción de espacios donde la cultura y la creatividad sirven como mediadoras, y permiten una serie de intercambios. Las infraestructuras para el desarrollo sectorial tienen diversos impactos:

- Son centros abiertos a la reflexión, la producción y la divulgación en todos los campos y ámbitos de la creación contemporánea.
- Son espacios que buscan cubrir la oferta cultural de zonas y públicos con escaso acceso a bienes y servicios culturales para realizar acciones que favorezcan la prevención, inclusión, cohesión e inserción social y económica de la población (buscan acercar el arte y la cultura localmente).
- Son proyectos que pueden restaurar edificios de patrimonio cultural o de ciertas zonas de la ciudad.
- Son proyectos que producen un impacto en los barrios circundantes (desarrollo y empleo).
- Son espacios que buscan ser ambientalmente sostenibles, que respeten el medio ambiente y busquen reducir la contaminación, a través del empleo de mecanismos y de uso de recursos con dicho propósito.

- Aunque son espacios relacionados con la creatividad, también se convierten en lugares donde otro tipo de interacciones son posibles (sociales, culturales, políticas, etc.).

¿Cómo se conforman estas infraestructuras para el desarrollo sectorial?

Con la puesta en marcha de infraestructuras para el desarrollo sectorial se busca ofrecer espacios para fomentar la creatividad y la interacción entre agentes. Para el desarrollo de estas infraestructuras hay varios elementos que se pueden tener en cuenta:

- Estos espacios se caracterizan por aglomerar actividades de producción cultural y creativa, así como por concentrar equipamientos e infraestructuras estratégicas para el sector.
- Son procesos desarrollados mediante la oferta de espacios para fomentar la creatividad y posibilitar la interacción entre agentes, buscando impulsar el trabajo creativo y el rescate de espacios públicos.
- Son proyectos que buscan el correcto funcionamiento de los espacios como lugares de aprendizaje y transmisión de conocimientos.
- Buscan ser espacios vivos y en constante evolución, cuyo objetivo central es que haya interacción entre agentes creativos y culturales.

¿Cómo aplicar estas ideas a Colombia?

El desarrollo de infraestructuras para el desarrollo sectorial debe tener en cuenta los siguientes elementos si se quieren instaurar en Colombia:

- Infraestructuras físicas para las conexiones y las redes: el primer punto importante para tener en cuenta es que la construcción física es vital para el desarrollo de dichas infraestructuras. No obstante, los planes, proyectos y mecanismos de conexión y relaciones que se llevan a cabo dentro de dichos espacios son lo que les da vida y permiten su sostenibilidad.
- Espacios de interacción e intercambio: las infraestructuras para el desarrollo sectorial son centrales, pues no solo permiten una serie de interacciones creativas importantes, sino que posibilitan

- el contacto social entre distintos sectores. En este sentido, son claves como espacios de encuentro, comprensión y reconciliación.
- La importancia de los derechos culturales: las infraestructuras para el desarrollo sectorial son centrales, pues están relacionadas con la efectiva ejecución de los derechos culturales porque implican hacer real la inclusión, cohesión e inserción social, cultural y económica de la población. En este sentido, funcionan como estrategia para incluir a zonas y poblaciones marginadas a las dinámicas de la ciudad.
 - Redes de conocimiento e intercambio: uno de los grandes desafíos para las infraestructuras de desarrollo sectorial es la sostenibilidad. En este sentido se pueden establecer redes de intercambio de artistas, proyectos y buenas prácticas que permitan mejorar la viabilidad a largo plazo de dichas propuestas culturales.

Política de turismo cultural sostenible

¿Qué se entiende como política de turismo cultural sostenible?

Una política de turismo cultural sostenible se define como un plan de acción desarrollado por el sector público con la finalidad de generar un mayor aprovechamiento y apropiación de los recursos culturales y patrimoniales, buscando desarrollar las regiones, pero también con el propósito de preservar su patrimonio. Algunas vías de acción principales de estas políticas son:

- Contar con una herramienta de política estructurada para el desarrollo del sector turístico a largo plazo.
- Generar estudios que aporten al desarrollo del turismo sostenible.
- Articular diferentes instancias de política para asegurar su implementación y pertinencia.

¿Por qué son importantes las políticas de turismo cultural sostenible?

El desarrollo de políticas de turismo conscientes del medioambiente y del patrimonio de las comunidades es vital, ya que permite dar sostenibilidad a los procesos de turismo en las regiones. Si bien uno de los objetivos

principales de esta actividad es generar desarrollo y mejorar la economía local, en un contexto de crecimiento del turismo en el país de más del 10 % anual, es clave que esta actividad se oriente hacia el crecimiento responsable y la sostenibilidad del patrimonio de las comunidades. Las políticas de turismo cultural son importantes, pues permiten:

- Salvaguardar los recursos disponibles.
- Generar motores de desarrollo y, por lo tanto, aumentar el empleo.
- Reconocer los desafíos y minimizar el daño que causa el turismo en los aspectos medioambientales, sociales y culturales.
- Evitar la pérdida de identidad en poblaciones locales que dependen exclusivamente de los beneficios económicos del turismo.
- Promover la educación ambiental.

¿Cómo se desarrollan estas políticas de turismo?

El desarrollo de políticas de turismo requiere estrategias de largo plazo que integren a las poblaciones locales en todas las cadenas del sector turístico. Unos pasos importantes para la construcción de dichas políticas son los siguientes:

- Adoptar políticas y planes de desarrollo turístico a largo plazo y nuevas estrategias que integren a la sociedad para definir cómo pueden organizarse las poblaciones urbanas y rurales para participar en diferentes eslabones de la cadena de valor.
- Integrar las poblaciones urbanas y rurales en la cadena de valor del turismo con el propósito de que puedan participar de los distintos beneficios del desarrollo de manera sostenible y aportar un valor de autenticidad que les dé mayor impacto y demanda.
- Ampliar el foco de interés del turismo para que no esté centrado únicamente en el aspecto económico, sino que también contemple el desarrollo social y cultural.
- Buscar que el turismo y sus planes de desarrollo hagan una buena lectura e interpretación de las tendencias del turismo mundial, que actualmente buscan espacios rurales no edificados y biodiversidad.

¿Cómo aplicar estas ideas a Colombia?

Para mejorar las políticas de turismo nacionales hay ciertos elementos que deben tenerse en cuenta:

- Política nacional de articulación: fomentar iniciativas plurales que comprometan actores diversos para permitir el trabajo colectivo. Esto también implica fortalecer la red de instancias nacionales y locales que trabajan en turismo.
- Políticas que superen la simple operación: la política de turismo debe estar enmarcada en una prospectiva que prepare a los agentes para el cambio y la evolución. Consecuentemente, debe generar espacios para el pensamiento, el análisis y la investigación, es decir, que las políticas turísticas no estén orientadas solo a la operación.
- Inclusión equitativa de las comunidades: revisar y establecer con claridad los valores que orientan las estrategias del desarrollo turístico para reconocer y valorar a las comunidades; se les debe incluir en la cadena de valor con retribuciones correspondientes, teniendo en cuenta el valor de sus aportes.
- Procesos de formación desde edades tempranas: establecer un proceso de formación en capacidades y herramientas relacionadas con el turismo que permitan generar conciencia ciudadana de la riqueza patrimonial y medioambiental, insertando un concepto amplio de patrimonio y, en especial, del patrimonio cultural inmaterial en el desarrollo de la industria turística.
- Otro tipo de beneficios: más allá del beneficio económico, es importante que haya inclusión, consideración y aprovechamiento de los beneficios sociales y culturales del turismo. Esto aplica para los agentes que visitan, así como para los que reciben.
- Intercambio de buenas prácticas: buscar estrategias para que los apoyos entre grandes y pequeños empresarios sean realizables. Consecuentemente, diseñar y promover modelos de desarrollo solidarios en los cuales quienes tengan mayores recursos a su alcance puedan transferir beneficios o conocimientos a quienes tengan menores posibilidades.

- Trámites y estímulos: simplificar los trámites para los procesos asociativos de empresas y trabajadores en el sector turístico. Adicionalmente, generar estímulos o beneficios tributarios a las empresas que se asocien al desarrollo de las nuevas políticas turísticas.

2. Metodología de trabajo del Foco de Industrias Creativas y Culturales



Figura 3. Panel con integrantes del Foco de Industrias Creativas y Culturales en la Pontificia Universidad Javeriana, en Cali. En la imagen aparecen Eliécer Arenas, María Catalina Rodríguez, Óscar Hernández y Edgar Puentes.

Marco general

La Misión Internacional de Sabios 2019 fue convocada por la Vicepresidencia de la República, por solicitud del presidente Iván Duque Márquez. En total reunió a 46 expertos, 13 de ellos extranjeros, distribuidos en ocho focos temáticos:

- Ciencias Básicas y del Espacio
- Energías Sostenibles
- Océanos y Recursos Hidrobiológicos
- Ciencias de la Vida y de la Salud
- Tecnologías Convergentes e Industrias 4.0
- Ciencias Sociales y Desarrollo Humano con Equidad
- Biotecnología, Bioeconomía y Medio Ambiente
- Industrias Creativas y Culturales

Cada uno de los focos fue apoyado por una o dos universidades encargadas de hacer una secretaría técnica. Adicionalmente la misión contó con una secretaría técnica general ejercida por la empresa SILO, en cabeza de la exministra de Ciencia, Tecnología e Innovación de España, Dra. Cristina Garmendia.



Figura 4. Reunión de los miembros del Foco de Industrias Creativas y Culturales de la Misión de Sabios 2019 en la sala de la Vicerrectoría de Investigación de la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 2019.

Figura 5. Modelo de reuniones realizadas en promedio cada dos semanas, con la participación de los miembros del Foco de Industrias Creativas y Culturales de la Misión de Sabios 2019. Vicerrectoría de Investigación de la Pontificia Universidad Javeriana, agosto de 2019.



En el caso del Foco de Industrias Creativas y Culturales, la labor de la secretaría técnica recayó en la Pontificia Universidad Javeriana, específicamente en la Asistencia para la Creación Artística, dependencia de la Vicerrectoría de Investigación.

La Universidad Javeriana propuso organizar el trabajo en los nueve ejes temáticos que se abordan en el capítulo de relatorías de este libro: 1) Valor simbólico e identidad cultural, 2) Generación de contenidos, 3) Educación en y para las ICC, 4) Circulación, visibilidad y apropiación de contenidos, 5) Articulación entre creadores e industria, 6) Integración de cadenas de valor, 7) Infraestructura y tecnología, 8) Regulación, 9) Información.

Cada uno de estos temas se abordó en una sesión durante el primer semestre de 2019. La labor de la secretaría técnica consistió en reunir insumos de tres fuentes diferentes:

- Talleres con universidades, Estado, empresas, otras organizaciones y agentes del sector cultural sobre los temas de cada sesión. Cada taller se organizó con el apoyo de alguna universidad aliada.
- Documentos académicos y de política pública.
- Aportes de otros expertos reconocidos en el sector.

Con esta información fueron convocadas reuniones de discusión con los miembros del foco y fue preparada una relatoría de cada sesión. Paralelamente, la empresa SILO consolidó un documento de identificación de barreras y oportunidades para cada uno de los ocho focos.

Durante el segundo semestre se profundizó en cada uno de los ejes temáticos del foco. Adicionalmente, a raíz de las reuniones generales de la Misión –sostenidas en Medellín, en junio, y en Cartagena en septiembre– se inició un trabajo conjunto con los diferentes focos para identificar temas transversales. Para esta tarea se estableció una coordinación de coordinadores en cabeza del Dr. Clemente Forero, miembro de la Misión de Sabios y coordinador del Foco de Ciencias Sociales y Desarrollo Humano con Equidad.

Como resultado de este trabajo se decidió utilizar el enfoque de investigación orientada por misiones, como se explica en el capítulo correspondiente de este libro. El informe final que contiene el resultado de este trabajo conjunto está disponible, junto con otros documentos, en la página del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación (Misión de Sabios, 2019), informe que fue entregado al presidente de la República el 6 de diciembre de 2019.



Figura 6. Parque Explora en Medellín, sede de la primera cumbre de la Misión Internacional de Sabios, junio de 2019. En la imagen aparecen Carlos Jacanamijoy, Edgar Puentes, Óscar Hernández y Eliécer Arenas.

Figura 7. Reunión de los miembros del Foco de Industrias Creativas y Culturales de la Misión de Sabios en la sede del Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias (FICCI), en el marco de la segunda cumbre de la Misión Internacional de Sabios, 2019. En la imagen aparecen Lina Rodríguez, Carlos Jacanamijoy, Camila Loboguerrero, Eliécer Arenas, Alfredo Zolezzi, Edgar Puentes y Óscar Hernández.



Figura 8. Reunión de los miembros del Foco de Industrias Creativas y Culturales en el centro de convenciones Ágora de Bogotá, en la entrega del informe final de la Misión Internacional de Sabios 2019. En la imagen aparecen Edgar Puentes, Catalina Rodríguez, Eliécer Arenas, Óscar Hernández, Ramiro Osorio, Lina Rodríguez y Carlos Jacanamijoy.



Talleres sobre los ejes temáticos



Figura 9. Taller realizado en la Universidad Javeriana de Cali con la participación de estudiantes y maestros, agosto de 2019.

Debido a la naturaleza tan diversa de las industrias creativas y culturales, era indispensable la implementación de una metodología que permitiera el diálogo y la participación desde la mayor cantidad de miradas, no solo desde el quehacer de cada subsector, sino desde las realidades del territorio.

Bajo esa necesidad, como ya se comentó, se realizaron dieciséis talleres en ocho ciudades del territorio nacional, donde se abordaron cada uno de los nueve ejes temáticos propuestos para encadenar el trabajo ejecutado en el transcurso del año. Dichos talleres aportaron insumos para las sesiones con los comisionados, permitiendo afianzar el proceso con discusiones ya avanzadas en cada tema.

La coordinación de cada taller, a su vez, buscó ser lo más participativa posible vinculando en el ejercicio a once universidades que alojaron las actividades y contribuyeron de manera conjunta con la secretaría técnica del foco a la formulación del material guía por cada tema. En esa medida, agradecemos la colaboración de las siguientes personas e instituciones (tabla 1).

Tabla 1. Personas e instituciones que colaboraron con talleres organizados por el Foco de Industrias Creativas y Culturales, o con su participación, 2019

Nombre	Cargo o institución	Sesión de trabajo
David Solodkow	Universidad de los Andes	Valor Simbólico e Identidad Cultural
Germán Flórez	Director del Centro de Pensamiento de Propiedad Intelectual de la Universidad Nacional de Colombia	Circulación, Visibilidad y Apropiación de Contenidos Culturales Regulación y Propiedad Intelectual
Mónica Suárez	Directora del Centro de Investigación de la Corporación Universitaria Taller Cinco	Generación de Contenidos para las Industrias Creativas y Culturales
Luis Fernando Astaiza	Universidad Central	Articulación entre Creadores e Industrias Creativas y Culturales
José Niño	Universidad EAN	Infraestructura y Tecnología para las Industrias Creativas y Culturales
Felipe César Londoño	Universidad de Caldas	Integración de las Cadenas de Valor de las Industrias Creativas y Culturales
Estela Barreto	Vicerrectora Académica de la Institución Universitaria Bellas Artes y Ciencias de Bolívar (UNIBAC)	Integración de las Cadenas de Valor de las Industrias Creativas y Culturales
Juan Pablo Salcedo	Decano de la Facultad de Comunicación y Creación de la Universidad El Bosque	Información para las Industrias Creativas y Culturales
Paula Botero	Decana de la Facultad de Artes y Humanidades del Instituto Tecnológico de Medellín	Avances de Diagnóstico del Foco de Industrias Creativas y Culturales
Lucy Cifuentes	Universidad Autónoma de Bucaramanga	Integración de Cadenas de Valor
María Consuelo Giraldo	Pontificia Universidad Javeriana - Cali	Avances de Diagnóstico del Foco de Industrias Creativas y Culturales

Asimismo, para la ejecución de los talleres se contó con el apoyo de diferentes instituciones no académicas, como la Consejería Presidencial de Asuntos Económicos y Estratégicos, el Festival Internacional de Cine de Cartagena (FICCI) y la consultora de cooperación internacional World Entrepreneurs.

Como metodología de los talleres, las sesiones se dividieron en tres momentos. La primera parte funcionaba a modo de foro conformado por tres invitados generalmente: un representante de la academia, alguien proveniente de la industria, los gremios o las comunidades y un representante de Gobierno (nacional o regional), todos con experiencia relacionada con el tema del taller.

El segundo momento consistía en trabajo de reflexión por mesas, con diferentes énfasis siempre relacionados con el eje que se estuviera trabajando. Cada mesa abordaba una parte de la problemática general, usando como soporte la información dada en el primer momento del taller y unas preguntas orientadoras que ayudaran a abrir la discusión. A su vez, las mesas disponían cada una de un moderador y un relator, quienes llevaban el ritmo y registro de la conversación.

La tercera parte del taller era una plenaria de socialización de las discusiones que se hubiesen dado en cada mesa. El relator comentaba el orden de la discusión de su mesa correspondiente y posteriormente se cruzaba con aportes de las otras mesas. Las memorias consignadas por el relator eran el insumo final con el cual se continuaba cada discusión con los comisionados del foco.

Este ejercicio nos permitió relacionar información entre instituciones, expertos, la academia y la industria, comenzando por intercambios de insumos y avances, llegando a alianzas, convergencias y puentes necesarios, pero de difícil construcción entre los diferentes actores. En esa medida, el ejercicio pasó de ser un levantamiento de información con fines de diagnóstico a convertirse en una mediación que nos permitió percibir las necesidades, las brechas y los posibles aliados naturales para cumplir las propuestas de desarrollo que el foco presentó.

La tabla 2 presenta la lista de los eventos realizados en 2019 por temática y alcance.

Tabla 2. Eventos organizados por el Foco de Industrias Creativas o con su participación en 2019.

Fecha	Tipo de actividad	Lugar	Ciudad	Temática	Aliados	Asistentes
28 de febrero	Taller: Valor Simbólico y Cultural	Universidad de los Andes	Bogotá	Valor simbólico y cultural en las industrias creativas y culturales	Universidad de los Andes, Nelson Cubides (Concejal), William Otero (Alta Consejería Presidencial para Asuntos Estratégicos), Artesanías de Colombia, Germán Rey	45
20 de marzo	Taller: Educación	Pontificia Universidad Javeriana	Bogotá	Educación, formación e industrias creativas y culturales	Pontificia Universidad Javeriana, Asociación Colombiana de Productores de Cine Independiente (Asocinde), Marco Nacional de Cualificaciones (MNC), Germán Rey	67
26 de marzo	Taller: Circulación, Visibilidad y Apropiación	Universidad Nacional de Colombia	Bogotá	Circulación, visibilidad y apropiación de contenidos culturales	Universidad Nacional de Colombia, Editorial Javeriana, Juan Pablo Solano (Productor Audiovisual)	25
29 de abril	Taller: Generación de Contenidos	Hacienda El Cedro	Bogotá	Generación de contenidos para las industrias creativas y culturales	Taller Cinco, Smartfilms, Sistema de Medios Públicos (RTVC)	50
8 de mayo	Taller: Articulación entre Creadores e Industria	Universidad Central	Bogotá	Articulación entre creadores e industrias creativas y culturales	Universidad Central, Innpulsa (Óscar Corzo), Artesanías de Colombia	20

Fecha	Tipo de actividad	Lugar	Ciudad	Temática	Aliados	Asistentes
14 de mayo	Congreso Internacional de Economía Creativa: Diálogos entre la Economía, la Cultura y el Territorio	Universidad EAN	Bogotá	Infraestructura y tecnología para las industrias creativas y culturales	Universidad EAN, Organización de los Estados Iberoamericanos (OEI), Fernando Vicario	300
24 de mayo	Taller: Integración de Cadenas de Valor	Universidad de Caldas	Manizales	Integración de las cadenas de valor de las industrias creativas y culturales	Universidad de Caldas	70
31 de mayo	Taller: Integración de Cadenas de Valor	Institución Universitaria Bellas Artes y Ciencias de Bolívar (UNIBAC)	Cartagena	Integración de las cadenas de valor de las industrias creativas y culturales	UNIBAC, Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias (FICCI)	50
7 de junio	Taller: Regulación	Universidad Nacional de Colombia	Bogotá	Regulación y propiedad intelectual	Centro de Pensamiento de Propiedad Intelectual UNAL	50
19 de junio	Taller General	Banco de la República	San Andrés	Avances de diagnóstico del Foco de Industrias Creativas y Culturales	Alta Consejería Presidencial para Asuntos Estratégicos, FICCI	20
20 de junio	Taller General	Teatro Midnight Dream	Providencia	Avances de diagnóstico del Foco de Industrias Creativas y Culturales	Alta consejería para Asuntos Estratégicos, Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias (FICCI)	40
18 de junio	Taller: Información	Universidad El Bosque	Bogotá	Información para las industrias creativas y culturales	Universidad el Bosque	50

Fecha	Tipo de actividad	Lugar	Ciudad	Temática	Aliados	Asistentes
4-6 de julio	Encuentro ITM de Industrias Creativas y Culturales	Instituto Tecnológico de Medellín (ITM)	Medellín	Avances de diagnóstico del Foco de Industrias Creativas y Culturales	Instituto Tecnológico de Medellín (ITM), Red de Economía Naranja de Colombia (REDECON)	60
13 de agosto	Taller: Cadenas de Valor	Universidad Autónoma de Bucaramanga	Bucaramanga	Cadenas de valor para industrias creativas y culturales	Universidad Autónoma de Bucaramanga. Comisión Regional de Competitividad de Santander Pontificia Universidad Javeriana	50
15 de agosto	Encuentro de Industrias Creativas y Culturales (en el marco del Festival Petronio Álvarez)	Pontificia Universidad Javeriana	Cali	Avances de diagnóstico del Foco de Industrias Creativas y Culturales	Pontificia Universidad Javeriana, Consejo Nacional de Patrimonio Cultural, Festival Petronio Álvarez	40
17-18 de septiembre	Primer Encuentro Internacional de Industrias Creativas	Pontificia Universidad Javeriana	Bogotá	Intercambio y difusión de saberes, prácticas y experiencias, en diversos actores en las industrias creativas y culturales.	Pontificia Universidad Javeriana	220
27-28 octubre	Primera Reunión de Expertos en Economía Naranja	United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)	Ginebra, Suiza	Iniciativa Viveros Creativos, uno de los productos de la Misión Internacional de Sabios	Programa de Industrias Creativas de la UNCTAD, World Entrepreneurs Switzerland, Misión permanente de Colombia ante la ONU en Ginebra	60

Referencias

- Adorno, T. y Horkheimer, M. (2018). *Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos*. Madrid: Trotta. (publicado originalmente en 1948)
- Alcaldía de Bogotá (2019). *Cuenta Satélite de Cultura y Economía Creativa de Bogotá*. Bogotá: Secretaría de Cultura Recreación y Deporte. Recuperado de <http://coleccionbogota.biblored.gov.co/items/show/1109>
- British Council y Lado B (2016). *Resumen de la investigación sobre capacidades en el sector cultural. Examinando las deficiencias y escasez de capacidades sectoriales en Colombia*. British Council, Bogotá. Recuperado de https://www.britishcouncil.co/sites/default/files/cultural_skills_report.pdf
- Bonilla, H. et al. (2018). Apuntes sobre el debate académico en Colombia en el proceso de reconocimiento gubernamental de la creación como práctica de generación de nuevo conocimiento, desarrollo tecnológico e innovación. *Cuadernos de Música, Artes Visuales y Artes Escénicas*, 13(1), 281-294. <https://doi.org/10.11144/javeriana.mavae13-1.asda>
- Caballero, A. (2019). La cultura de mercado. *Arcadia*, 161.
- CCL (Cámara Colombiana del Libro) y Lado B (2017). Estrategia para la construcción de relaciones económicas entre sectores culturales: el caso de los mercados y ruedas de negocios. Recuperado de <https://culturayeconomia.org/wp-content/uploads/2017-Estrategia-de-fomento-de-relaciones-intersectoriales.pdf>
- Carayannis, E. y Campbell, D. (2009). Mode 3 and Quadruple Helix: Toward a 21st Century Fractal Innovation Ecosystem. *International Journal of Technology Management* 46 (3/4), 201-234. <https://doi.org/10.1504/IJTM.2009.023374>
- Carvalho, J. J. (1996). Hacia una etnografía de la sensibilidad musical contemporánea. *Cuadernos de Música Iberoamericana* 1, 253-271.

Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/CMIB/article/view/61319/4564456547986>

- Congreso de la República de Colombia. (28 de enero de 1982). Ley 23, Sobre derechos de autor. *Diario Oficial* 35 949. Recuperado de <http://derechodeautor.gov.co/documents/10181/182597/23.pdf/a97b8750-8451-4529-ab87-bb82160dd226>
- Congreso de la República de Colombia (22 de diciembre de 1993). Ley 98, Por medio de la cual se dictan normas sobre democratización y fomento del libro colombiano. *Diario Oficial* 41 151. Recuperado de <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1635162>
- Congreso de la República de Colombia (7 de agosto de 1997). Ley 397, Por la cual se desarrollan los artículos 70, 71 y 72 y demás artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias. *Diario Oficial* 43 102. Recuperado de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0397_1997.html
- Congreso de la República de Colombia. (2003). Ley 814, Por la cual se dictan normas para el fomento de la actividad cinematográfica en Colombia. *Diario Oficial* 45 237. Recuperado de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0814_2003.html
- Congreso de la República de Colombia (2010). Ley 1403, Por la cual se adiciona la Ley 23 de 1982, sobre Derechos de Autor, se establece una remuneración por comunicación pública a los artistas intérpretes o ejecutantes de obras y grabaciones audiovisuales o “Ley Fanny Mikey”. *Diario Oficial* 47 775. Recuperado de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1834_2017.html
- Congreso de la República de Colombia (2011). Ley 1493, Por la cual se toman medidas para formalizar el sector del espectáculo público de las artes escénicas, se otorgan competencias de inspección, vigilancia y control sobre las sociedades de gestión colectiva y se dictan otras disposiciones. *Diario Oficial* 48 294. Recuperado de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1493_2011.html
- Congreso de la República de Colombia (2017). Ley 1834, Por medio de la cual se fomenta la economía creativa Ley Naranja. *Diario Oficial* 50 242.

- Recuperado de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1834_2017.html
- Congreso de la República de Colombia (25 de mayo de 2019). Ley 1955, Por el cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022. *Diario Oficial* 50 964. Recuperado de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1955_2019.html
- Congreso de la República de Colombia (25 de mayo de 2019). Ley 1975, por medio de la cual se expide la ley del actor para garantizar los derechos laborales y culturales de los actores y actrices en Colombia, fomentar oportunidades de empleo para quienes ejercen la actuación, y se dictan otras disposiciones. *Diario Oficial* 51 024. Recuperado de <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/30036683>
- Cuéllar, J. A. y Effio, M. S. (2010). *Orientaciones pedagógicas para la educación artística en básica y media* (Documento n.º 16). Bogotá: Ministerio de Educación Nacional. Recuperado de https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-241907_archivo_pdf_orientaciones_artes.pdf
- DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) (2016). Encuesta de consumo cultural. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cultura/consumo-cultural> Consulta: 26 de septiembre de 2019.
- DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) (2019). Primer Reporte de Economía Naranja. Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/sateli_cultura/economia-naranja/1er-reporte-economia-naranja-2014-2018.pdf. Consulta 20 de octubre de 2019.
- DNP (Departamento Nacional de Planeación) (2019). *Bases del Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022. Pacto por Colombia, pacto por la equidad*. Recuperado de <https://www.dnp.gov.co/Plan-Nacional-de-Desarrollo/Paginas/Bases-del-Plan-Nacional-de-Desarrollo-2018-2022.aspx> Consulta 15 de marzo de 2019.
- Dewey. J. (2008). *El arte como experiencia*. Barcelona: Paidós (original publicado en 1934).
- De Botton, A. y Armstrong, J. (2014). *El arte como terapia*. España: Océano.
- De Propriis, L. y Mwaura, S. (2013). Demystifying cultural intermediaries: Who are they, what do they do and where can they be found in England? Discussion paper. University of Birmingham. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/16271696.pdf>

- DNP (Departamento Nacional de Planeación). (26 de abril de 2010). Documento Conpes 3659 de 2010. Política Nacional para la Promoción de las Industrias Culturales en Colombia.
- El Espectador* (23 de noviembre de 2019). Artistas le escriben carta al presidente Duque: “Escuche, siéntese y dialogue”. Recuperado de <https://www.elespectador.com/noticias/cultura/artistas-le-escriben-carta-al-presidente-duque-escuche-sientese-y-dialogue-articulo-892601>
- Eisner, E. W. (1998). *La escuela que necesitamos. Ensayos personales*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Finkielkraut, A. (2008). No solo compasión y tolerancia. En G. Groot (ed.) (2008), *Adelante, contradígame! Filosofía en conversación* (pp. 85-94). Madrid: Sequitur.
- Frigerio, G. y Diker, G. (comps.) (2007). *Educación (sobre) impresiones estéticas*. Buenos Aires: Del Estante.
- Frigerio, G. (2007). *Grülp*. En G. Frigerio y G. Diker (comps.), *Educación (sobre) impresiones estéticas* (pp. 25-44). Buenos Aires: Del Estante.
- Gabriel, M. (2015). *Por qué el mundo no existe*. Barcelona: Pasado y Presente.
- Gaitán, V. (s. f.). Gamificación: el aprendizaje divertido (entrada de blog). Recuperado de <https://www.educativa.com/blog-articulos/gamificacion-el-aprendizaje-divertido/>
- García Canclini, N. (1999). El consumo cultural. Una propuesta teórica. En G. Sunkel (coord.), *El consumo cultural en América Latina* (pp. 72-95). Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- García Márquez, G. (1996). Por un país al alcance de los niños. En Presidencia de la República de Colombia, *Colombia al filo de la oportunidad. Informe Misión Ciencia, Educación y Desarrollo (Misión de los Sabios)*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- Gil, J. (2009). Pensamiento artístico y estética de la experiencia: repercusiones en la formación artística cultural. *Cuadernos Grises*, 4, 93-115.
- Guillén, D. (Febrero de 2018). Cuádruple Hélice en la gestión territorial. *Cataluña Económica*, 540, 57-59.
- Hearn, G., Roodhouse, S. y Blakey, J. (2007). From Value Chain to Value Creating Ecology. Implications for creative industries development policy. *International Journal of Cultural Policy*, 13, 419-436. doi: <https://doi.org/10.1080/10286630701683367>

- Hesmondhalgh, D. (2015). *¿Por qué es importante la música?* Buenos Aires: Paidós.
- Hofstadter, D. (2005). *Gödel, Escher, Bach un eterno y grácil bucle*. Barcelona: Tusquets.
- Hofstadter, D. (2008) *Yo soy un extraño bucle*. Barcelona: Tusquets.
- Innpulsa (2019). *Proyectos Naranja* (Presentación preparada para el Foro sobre Articulación entre Creadores e Industria). Bogotá, 26 de mayo de 2019.
- Lado B (2016). Intermediarios culturales en las cadenas de producción de las industrias culturales. Ministerio de Cultura (Grupo de Emprendimiento Cultural) y Cámara Colombiana del Libro. Recuperado de <https://www.mincultura.gov.co/Economia%20Naranja/assets/files/Intermediarios%20culturales%20en%20las%20cadenas%20de%20produccion%CC%81n%20de%20las%20industrias%20culturales.pdf>
- Lado B (2017). *Estrategia de fomento a la circulación de bienes y servicios creativos en Colombia*. Recuperado de <https://culturayeconomia.org/wp-content/uploads/2017-Estrategia-de-circulacion-nacional.pdf>
- Landry, C. (2005). Creativity and the City: Thinking Through the Steps (entrada de blog). Recuperado en: <http://www.charleslandry.com/index.php?l=articles>
- Latour, B. (2001). *La esperanza de Pandora*. Barcelona: Gedisa.
- Leydesdorff, L. y Etzkowitz, H. (1998). Triple Helix of Innovation. Introduction. *Science and Public Policy*, 25(6), 1-16. doi <https://doi.org/10.1093/spp/25.6.358>
- Lukes, S. (2018). Prólogo. En I. Berlin, *Lo singular y lo plural. Conversaciones con Steven Lukes*. Barcelona: Página Indómita.
- Mandoki, K. (2007). *La construcción estética del Estado y de la identidad nacional*. Ciudad de México: Siglo XXI.
- Mandoki, K. (2013). *El indispensable exceso de la estética*. Ciudad de México: Siglo XXI.
- Martín-Barbero, J. (1999). Recepción de medios y consumo cultural: travesías. En G. Sunkel (coord.), *El consumo cultural en América Latina* (pp. 47-71). Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Martín-Barbero, J. (2010). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Anthropos (publicado originalmente en 1987).

- Ministerio de Cultura (2010). *Compendio de políticas culturales*. Bogotá: Ministerio de Cultura. Recuperado de https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/compendio-politicas-culturales/Documents/compendiopoliticas_artefinalbaja.pdf
- Ministerio de Cultura (2013). *Diagnóstico cultural de Colombia. Hacia la construcción del índice de desarrollo cultural*. Bogotá: Ministerio de Cultura. Recuperado de https://www.mincultura.gov.co/areas/fomento-regional/Documents/L_DiagnosticoDlloCultural_2013.pdf
- Ministerio de Cultura (2018). *Política para el fortalecimiento de los oficios del sector cultura en Colombia*. Bogotá: Ministerio de Cultura. Recuperado de <https://www.mincultura.gov.co/areas/artes/publicaciones/Documents/Pol%C3%ADtica%20de%20fortalecimiento%20de%20los%20oficios%20del%20sector%20de%20la%20cultura%20en%20Colombia%202018.pdf>
- Ministerio de Cultura (2019). *Lineamientos y estrategias de la Economía Naranja*. Ministerio de Cultura. Bogotá. Recuperado de https://www.mincultura.gov.co/Economia%20Naranja/assets/files/V1_LINEAMIENTOS%20Y%20ESTRATEGIAS_EN_23_07_19.pdf
- Misión de Sabios (2019). Por la Educación, la Ciencia, la Tecnología y la Innovación 2019. Colombia hacia una sociedad del conocimiento [PDF - versión preliminar n.º 1]. Recuperado de https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/paginas/191205_informe_mision_de_sabios_2019_vpreliminar.pdf
- Monsaingeon, B. (2017). *Glenn Gould: no, no soy en absoluto un excéntrico*. Barcelona: Acantilado.
- Nussbaum, M. (2011). *Crear capacidades. Propuesta para el desarrollo humano*. Barcelona: Paidós.
- Ordine, N. (2013). *La utilidad de lo inútil. Manifiesto*. Barcelona: Acantilado.
- Ortiz, R. (2004). *Mundialización y cultura*. Bogotá: Convenio Andrés Bello (publicado originalmente en 1994).
- Presidencia de la República de Colombia. (1996). *Colombia al filo de la oportunidad. Informe Misión Ciencia, Educación y Desarrollo (Misión de los Sabios)*. Bogotá: Tercer Mundo. Recuperado de http://www.plandecenal.edu.co/cms/media/herramientas/colombia_al_filo_de_la_oportunidad.pdf

- Proimágenes (Agosto de 2019). Cine en cifras n.º 17. Recuperado de http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/cine-en-cifras-17/CINE-EN-CIFRAS_ESP/index.html
- Puerta, N. (2017). Arte ConSentido: formación artística y cultural para la vida. Documento de renovación del enfoque pedagógico de la línea de formación artística y cultural. Comfenalco Antioquia. Medellín.
- Quintanilla, M. Á. (2017). En M. Bunge (ed.), *Elogio del cientificismo*. Pamplona, España: Laetoli.
- Recaman, A. L. y Ruiz, J. A. (2019) *Organizaciones culturales y creativas. Gerencia e implicaciones prácticas*. Bogotá: Universidad de los Andes / De la Salle.
- Rey, G. (2018). Industrias creativas y educación. La escuela en medio de las transformaciones culturales. *Educación y Ciudad*, 35, 13-24. Tomado de <https://revistas.idep.edu.co/index.php/educacion-y-ciudad/article/view/1957/1878>
- Rey, G. (Marzo de 2019). El sabor de las naranjas (o la preocupación porque resulten agrias). *Arcadia*, 161.
- Rey, G. y Cano, M. (2019). *Algunas tensiones entre industrias creativas y formación* (Documento inédito preparado para el Foro sobre Educación e Industrias Creativas y Culturales, realizado el 26 de mayo de 2019 en la Facultad de Comunicación y Lenguaje Pontificia Universidad Javeriana). Bogotá.
- Ruiz, J. A (2019). Organizaciones artísticas y culturales. En A. L. Recaman y J. A. Ruiz (eds.), *Organizaciones culturales y creativas. Gerencia e implicaciones prácticas*. Bogotá: Universidad de los Andes / De la Salle.
- Santos, B. de S. (2009). *Una epistemología del sur. La reinención del conocimiento y la emancipación social*. Ciudad de México: Siglo XXI/Clacso.
- SINIC (s. f.). Cultura y Economía. Cuenta satélite (página web del Sistema Nacional de Información Cultural de Colombia). Tomado de <http://www.sinic.gov.co/SINIC/CuentaSatelite/CuentasateliteDocumentos.aspx?CUEID=21>
- Snow, C. P. (2000). *Las dos culturas*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Stiglitz, J. E. y Greenwald, B. C. (2015). *La creación de una sociedad de aprendizaje*. Ciudad de México: Crítica.
- Throsby, D. (2001). *Economía y cultura*. Madrid: Cambridge University Press.

- Unesco (Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) (2003). Declaración universal sobre la diversidad cultural. Recuperado de https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000127162_spa/PDF/127162spa.pdf.multier
- Unesco (Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) (2005). Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales. Recuperado de <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/cultural-expressions/the-convention/convention-text>
- Unesco (Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) (2010). *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. París: Unesco. Recuperado de <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/220384s.pdf> Consulta: 20 de octubre de 2019
- Unesco, Cámara de Comercio de Bogotá y Alcaldía de Bogotá (2018). *Caracterización Industrias Culturales y Creativas de Bogotá. Sectores de artes escénicas y espectáculos artísticos, audiovisual y radio, artes visuales, música, libros y publicaciones y entidades sin ánimo de lucro*. Bogotá: Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. Recuperado de https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/caracterizacion_industrias_culturales_y_creativas_de_bogota_1_2.pdf
- Vasco, C. E. (3 de mayo de 2019). La educación desapareció de la nueva Misión de Sabios. *Semana*. Recuperado de <https://www.semana.com/educacion/articulo/criticas-del-excoordinador-de-la-primer-mision-de-sabios-al-presidente-duque/603741>

Bibliografía consultada

- Amaya Pulido, P. J. (Dir.) (2000). *Colombia, un país por construir. Problemas y retos presentes y futuros. Una propuesta para el análisis, la controversia y la concertación*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Artesanías de Colombia. (2015). *Listado de oficios y técnicas*. Bogotá: Artesanías de Colombia.
- Artesanías de Colombia. (2016). *Manual de Diseño*. Bogotá: Artesanías de Colombia.
- Boff, L. (2012). *El cuidado necesario*. Madrid: Trotta.

- Colciencias (1993). *Ciencia para el despliegue de la creatividad. Bases para un plan del programa Nacional de Estudios Científicos de la Educación*. Bogotá: Colciencias. Recuperado de <http://repositorio.colciencias.gov.co/handle/11146/316?show=full>
- Colciencias (1993). *Conocimiento y competitividad. Bases para un plan del programa nacional de desarrollo tecnológico industrial y calidad*. Bogotá: Colciencias. Recuperado de <http://repositorio.colciencias.gov.co/handle/11146/324>
- Colciencias (1993). *Los retos de la diversidad. Bases para un plan del programa nacional de ciencias sociales y humanas*. Recuperado de <http://repositorio.colciencias.gov.co/handle/11146/326>
- Dangond, F. (2019). *Análisis de ingresos, asistencia y contenido cultural Festival de la Leyenda Vallenata de 2017 a 2019*. Valledupar: Fundación Festival de la Leyenda Vallenata.
- Datexco (2016). *Informe ejecutivo del plan estratégico para desarrollar el talento humano vinculado y relacionado con el Cluster de Industrias Creativas y de Contenidos*. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá. Recuperado de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/17314/Informe%20ejecutivo%20Plan%20Estrategico%20para%20el%20Desarrollo%20del%20Talento%20Humano%20ICC.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Fonseca, A. C. (2008). *Economía creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*. São Paulo: Itaú Cultural. Recuperado de https://issuu.com/bibliotecaaleer/docs/econom_a_creativa_como_estrategia_
- Innpulsa Colombia. (2019). *Proyectos Naranja*. Presentación preparada para el foro sobre Articulación entre creadores e industria, realizada el 26 de mayo de 2019. Bogotá
- Laval, C. y Dardot, P. (2014). *Común. Ensayo sobre la revolución en el siglo XXI*. Barcelona: Gedisa.
- Ministerio de Cultura (2019). *Convocatoria de estímulos 2019. Segunda fase*. Recuperado de <https://www.mincultura.gov.co/planes-y-programas/programas/programa-nacional-estimulos/Documents/Convocatoria%202019/Convocatoria%20de%20Est%C3%ADmulos%20-%20II%20Fase.pdf>
Consulta 18 de mayo 2019.
- MinTIC (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones) (2018). Proyecto de Ley 152-18, Por la cual se moderniza el sector de las

Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), se distribuyen competencias, se suprime la Autoridad Nacional de Televisión, y se dictan otras disposiciones. Disponible en: <http://leyes.senado.gov.co/proyectos/index.php/textos-radicados-senado/p-ley-2018-2019/1295-proyecto-de-ley-152-de-2018> Consulta 21 de mayo de 2019.

- Nivón, E. (coord.) (2012). *Voces híbridas. Reflexiones en torno a la obra de García Canclini*. Ciudad de México: Siglo XXI.
- Novoa, D. y Villadiego, P. (2018). *Caracterización de las industrias culturales y creativas de Cartagena de Indias, su importancia en la economía y generación de empleo*. Cartagena: Cámara de Comercio de Cartagena.
- Rey, G. (2008). *Las tramas de la cultura*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Rodríguez, C., Garavito, C. y Puyo, J. (2019). *Valor simbólico e identidad cultural: Reflexiones sobre el impacto de la producción cultural y de su apropiación, en la construcción e identidades y subjetividades*. Artesanías de Colombia. (Documento inédito preparado para la sesión de Valor Simbólico e Identidad Cultural, realizada el 15 de marzo de 2019). Bogotá.
- Saint Girons, B. (2008). *El acto estético*. Santiago de Chile: LOM.
- Viceministerio de Educación Superior. (2019). *Marco Nacional de Cualificaciones. Taller Formación e Industrias Creativas*. (Presentación preparada para el foro sobre educación e ICC, realizada el 26 de mayo de 2019). Bogotá.

Lista de siglas y acrónimos

Sigla o acrónimo	Significado
AAD	Artes, arquitectura y diseño
ADN	Áreas de Desarrollo Naranja
ANDI	Asociación Nacional de Empresarios
ALEC	Atlas Lingüístico-Etnográfico de Colombia
BEPS	Beneficios económicos periódicos
CAN	Comunidad Andina de Naciones
CCL	Cámara Colombiana del Libro
CNA	Consejo Nacional de Acreditación
CNCT	Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología
Colciencias	Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación (hoy MinCTI)
Conpes	Consejo Nacional de Política Económica y Social
CIIU	Clasificación industrial internacional uniforme
CRM	<i>Customer relationship management</i> ('gestión de las relaciones con los clientes')
CTI	Ciencia, tecnología e innovación
DANE	Departamento Administrativo Nacional de Estadística
DNDA	Dirección Nacional de Derechos de Autor
DNP	Departamento Nacional de Planeación

Sigla o acrónimo	Significado
DIAN	Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales
EAN	Escuela de Administración de Negocios
FICC	Foco de Industrias Creativas y Culturales de la Misión de Sabios
I+C	Investigación + creación
ICC	Industrias creativas y culturales
ICANH	Instituto Colombiano de Antropología e Historia
I+D+i	Investigación, desarrollo e innovación
ISIE	Instituto Superior de Investigación en Educación y Alta Formación de Maestros
MADS	Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible
MEN	Ministerio de Educación Nacional
MNC	Marco Nacional de Cualificaciones
MinCultura	Ministerio de Cultura
MinCTI	Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación (antes Colciencias)
MinTIC	Ministerio de Tecnologías de Información y Comunicación
OCAD	Órgano Colegiado de Administración y Decisión
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible
ONG	Organización/es no gubernamental/es
ONU	Organización de las Naciones Unidas
OTT	<i>Over the top media services</i> ('servicios de libre transmisión')
PAED	Planes y Acuerdos Estratégicos Departamentales
PEI	Proyectos educativos institucionales

Sigla o acrónimo	Significado
PIB	Producto interno bruto
PISA	Programme for International Student Assessment ('Programa para la Evaluación Internacional de Alumno')
PND	Plan Nacional de Desarrollo
PULEP	Portal Único de Espectáculos Públicos de las Artes Escénicas
SENA	Servicio Nacional de Aprendizaje
SIENA	Sistema de Información de Economía Naranja
SIMUS	Sistema de Información de la Música
SNC	Sistema Nacional de Cualificaciones
SNCTI	Sistema Nacional de Ciencia Tecnología e Innovación
TIC	Tecnologías de información y comunicación
WE	World Entrepreneurs Switzerland

Autores

Ramiro Osorio Fonseca

Gestor cultural y director de teatro colombiano. Es maestro en Letras Españolas de la Universidad de Guanajuato, México. Ha ocupado los siguientes cargos: director general del Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo de Bogotá; maestro y director de Teatro de la Pontificia Universidad Javeriana; ministro de Cultura de Colombia, 1997; embajador de Colombia en México en 1994; maestro y director de teatro de la Universidad de Guanajuato, México; fundó y dirigió con Fanny Mickey el Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá; coordinador general del Gobierno de Colombia en la Asamblea de Gobernadores del Banco Interamericano de Desarrollo (BID); director de Cultura y Desarrollo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), París; consultor de la UNESCO; director del Festival de Sevilla Entre Culturas (2005-2006); director del Festival Cervantino de Guanajuato, México (2001-2006); presidente de la Coordinación de Cultura de la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB), con sede en Madrid. Ha sido reconocido con la medalla Gonzalo Jiménez de Quesada (2016); la Orden de Isabel la Católica en el grado de Encomienda, España (2006); oficial de la Legión de Honor de la República Francesa (2000); Orden de la Democracia en el Grado de Gran Cruz, Colombia (1999); doctor *honoris causa* de la Universidad Sōka de Tokio, Japón; Medalla del Instituto Colombiano de Cultura (1996); Orden de las Artes y de las Letras de la República Francesa (1993).

Carlos Jacanamijoy

Es artista graduado como maestro en Artes Plásticas de la Universidad Nacional de Colombia en Bogotá (1991). También en esta capital hizo estudios de Filosofía y Letras en la Universidad de la Salle y de Bellas Artes en la Universidad de la Sabana y en la Universidad de Nariño, en Pasto. Es magíster en Estudios Culturales de la Pontificia Universidad Javeriana (2014), grado cum laude, y autor del libro de su tesis *Alteridades abyectas. Estereotipos raciales e indianidad en Colombia* (2016). Recibió la Orden de la Democracia en grado Cruz de Caballero, de la Cámara de Representantes del Congreso de Colombia (1999). Ha tenido exposiciones colectivas e individuales en Europa, Asia, Medio Oriente, Estados Unidos, Centro y Suramérica. Ha expuesto en el Museo Smithsonian de Nueva York y Washington; en La Casa de América de Madrid, España; en el Palacio de los Trabajadores de la Ciudad Prohibida en Beijing, China; en el Museo La Tertulia de Cali; y en el Museo de Arte de la Universidad Nacional de Colombia, en Bogotá. En el 2013 el Museo de Arte Moderno de Bogotá presentó su primera exposición retrospectiva. Se han publicado varios libros sobre su obra, que es parte de colecciones públicas y privadas en Colombia, Francia, Alemania, Inglaterra, Venezuela, México y Estados Unidos.

Lina Paola Rodríguez Fernández

Gestora cultural colombiana. Desde 2007 es directora general del Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias, para el cual consiguió la declaración para que sea reconocido como Patrimonio Cultural de Colombia. Estudió Gobierno y Relaciones Internacionales en la Universidad Externado de Colombia, Gobierno y Liderazgo en el INALDE Business School de la Universidad de La Sabana y Alta Gerencia Internacional en la Universidad de los Andes y ESADE Business School en Madrid. Ha trabajado como asesora de la Gerencia Internacional de Negocios en la Cámara de Comercio de Bogotá, en la Oficina Comercial de la Embajada de España en Colombia y en el Ministerio de Defensa Nacional. Además, fue jurado del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC) en formación, jurado en la sección

de Horizontes Latinos del Festival de Cine de San Sebastián en 2017 y del encuentro de productores del Festival Internacional de Cine de Haifa, Israel, en septiembre de 2015, entre otros.

Camila Loboguerrero

Cineasta colombiana. Estudió Bellas Artes en la Universidad de los Andes; licenciatura en Cinematografía en la Université de Vincennes à Saint-Denis, e Historia del Arte en la Université Sorbonne Nouvelle. Trabajó en la División de Radio y Televisión Educativa del Ministerio de Educación Nacional (1972) y fue jefe de Producción de Audiovisuales del SENA (1971). Representó a Colombia en el XIV Festival de Cine Brasileño de Gramado (1986); fue distinguida con la Mención de Honor de Colcultura (1976). Directora de largometrajes como *Nochebuena* (2007), *María Cano* (1990), *Con su música a otra parte* (1984); de medimetrajes como *Vida de perros* (1986), *Póngale color* (1985); y de cortometrajes como *Ya soy rosca* (1979), *Soledad de paseo* (1978). Además, dirigió los documentales *Llano y contaminación* (1973) y *José Joaquín Barrero* (1972).

Alfredo Zolezzi

Diseñador industrial e inventor chileno, dedicado a la ciencia aplicada y creador del modelo de objetivos integrados que busca vincular innovación social y tecnológica con nuevos modelos de negocios para abordar problemáticas sociales y medioambientales. Zolezzi es fundador y director de Innovación de AIC Technologies LLC (AIC), una iniciativa privada dedicada al desarrollo de nuevas tecnologías que aporten soluciones de impacto técnico y económico a múltiples industrias. También es presidente de la Fundación Alfredo Zolezzi (AZF), una organización sin fines de lucro dedicada a promover y facilitar proyectos que conectan ciencia y tecnología con pobreza, descontento social, cambio climático, sustentabilidad corporativa y otros.

Edgar Leonardo Puentes Melo

Licenciado en Pedagogía Musical, pianista, guitarrista e ingeniero de sonido, especialista en técnicas avanzadas de grabación y estudiante de Maestría en Habilidades Directivas y Coaching. Fue director y coordinador del programa Conciertos Didácticos de la Orquesta Filarmónica de Bogotá (OFB) por más de 25 años, desde 1995. En la actualidad tiene a su cargo el programa Construcción de Comunidad con la OFB, en el área de Fomento y Desarrollo. Es investigador y experimentador en las relaciones entre arte y ciencia como forma de aprendizaje y modelo de construcción de conocimiento. Es cocreador de puestas en escena en programas de formación como *Esta loca emoción de la música*, *Mozart y la máquina del tiempo*, *Viaje a la Luna*, *Los 14 cañonazos de la música sinfónica*, entre otros.

Es asesor científico y artístico de Maloka en los proyectos *Cerebrarium*, con los científicos Rodolfo Llinás y Roberto Amador, y cocreador de los proyectos *El sueño de volar*, *La ciencia del perdón*, *El sonido de las máquinas*, entre otros. Es creador de experiencias pedagógicas en las relaciones entre ciencia y arte (2004-2019) como: *Con-cierto cerebro*, *La música del genoma*, *Neurofashion*, *Bachllenato*, *La magia del vuelo*, *La música del sistema solar*, entre otras. Ha sido director de proyectos de colaboración internacional en la construcción de valores y el desarrollo de conceptos de justicia a través del arte, desarrollados en conjunto con la USAID y la Unesco en el año 2006; asesor y colaborador en los programas de arte y cerebro (Cerebrarte) y en el proceso de humanización en el campo de la medicina, liderado por el científico colombiano Roberto Amador en la Universidad Nacional de Colombia (2019). Durante más de 20 años ha desarrollado proyectos en el campo de la grabación, composición, producción y creación de música académica, electrónica y comercial.


Es catedrático de la Universidad de los Andes, Universidad Central, Universidad de la Sabana, Universidad Pedagógica Nacional. Conferencista nacional e internacional con múltiples puestas en escena en diversos congresos y eventos, entre los que se destacan el Congreso Mundial de Juventudes Científicas, Congreso Mundial para el Desarrollo del Talento en la Niñez, Congreso Mundial del Arte y la Ciencia, entre otros. En 2019 fue nombrado miembro de la Misión de Sabios como coordinador del Foco de Industrias Creativas y Culturales.

Eliécer Arenas Monsalve

Su trabajo ha estado dedicado a profundizar las relaciones entre el arte, la cultura y la educación. Realizó estudios de Antropología Social en la Universidad Complutense de Madrid, de Psicología en la Pontificia Universidad Javeriana y de Pedagogía Musical en la Universidad Pedagógica Nacional. Es docente de planta e investigador de la Universidad Pedagógica Nacional, y profesor de las maestrías en Música de las universidades Javeriana, El Bosque y Nacional de Colombia, además de consultor en temas de educación y cultura. Como parte del Área de Música del Ministerio de Cultura, tuvo a su cargo los temas de Investigación y Músicas Tradicionales, y como miembro del grupo de investigación interinstitucional Cuestionarte (Categoría A de Colciencias) es coautor de varias publicaciones en el campo de la antropología de la música, la educación musical y la relación entre el arte y la cultura. Lideró la creación y puesta en marcha del Modelo de Gestión Cultural Territorial para Bogotá (SCRD-UPN). Durante 2019 cumplió el rol de relator en el Foco de Industrias Creativas y Culturales de la Misión de Sabios.


Óscar Hernández Salgar

Maestro en Música, administrador cultural, magíster en Estudios Culturales y doctor en Ciencias Sociales y Humanas de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá. Fue coordinador del Programa Infantil y Juvenil de Artes y director del Departamento de Música en esa institución. Ha publicado varios libros, artículos y capítulos de libro sobre investigación musical. En 2014 obtuvo el Premio de Musicología Casa de las Américas por su libro *Los mitos de la música nacional. Poder y emoción en las músicas colombianas 1930-1960*. Su campo de investigación actual gira sobre el papel político de las emociones musicales. Desde 2013 se desempeña como asistente para la Creación Artística en la Vicerrectoría de Investigación de la Pontificia Universidad Javeriana. Desde allí se ha enfocado en la reflexión sobre la gestión de la creación y la investigación-creación en el ámbito universitario. Hace parte de la Mesa Nacional de Artes, Arquitectura y Diseño de MinCTI, y durante 2019 estuvo a cargo de la Secretaría Técnica del foco de Industrias Creativas y Culturales de la Misión de Sabios.



*Arte, cultura
y conocimiento*

Está compuesto con las tipografías Gotham (diseñada por Tobias Frere-Jones) e ITC Mendoza (diseñada por José Mendoza y Almeida). Las portadas de la colección están pensadas como una gran red, al juntarlas se crea una sola imagen.



La colección Misión Internacional de Sabios 2019 reúne las contribuciones sobre educación, ciencia, tecnología e innovación del grupo de 46 científicos y expertos convocado por el presidente de la República de Colombia. Este volumen recoge las discusiones, reflexiones y propuestas del Foco de Industrias Creativas y Culturales, enmarcadas en dos grandes objetivos: fortalecer las identidades culturales y el valor simbólico de nuestro patrimonio; y mejorar la calidad de vida a través del aprovechamiento económico responsable de la producción cultural. Según las recomendaciones de este libro, la cultura puede ser un motor de desarrollo que articule estas dos funciones de manera equilibrada y sostenible durante los próximos treinta años.

ISBN 978-958-5135-06-2



9 789585 135062 >