

DIÁLOGOS LATINOAMERICANOS DE ECONOMÍA CREATIVA Y DE LA CULTURA



PENSANDO COLECTIVAMENTE PARA EL
DESARROLLO REGIONAL Y TERRITORIAL

DIÁLOGOS LATINOAMERICANOS DE ECONOMÍA CREATIVA Y DE LA CULTURA

DOCUMENTO ORIENTADOR, GENERADO DESDE DINÁMICAS PARTICIPATIVAS PARA EL
IMPULSO DE LA ECONOMÍA CREATIVA Y DE LA CULTURA

MEMORIAS CALI, COLOMBIA
SEPTIEMBRE 2017

PÁGINA LEGAL

DIÁLOGOS LATINOAMERICANOS DE ECONOMÍA CREATIVA Y DE LA CULTURA

Septiembre de 2017

Organización Internacional para las Migraciones (OIM)

Misión en Colombia

<http://www.oim.org.co>

EQUIPO TÉCNICO OIM

Ana Durán, Jefe de Misión

Fernando Calado, Jefe de Misión Adjunto

Hugo Arley Tovar Otero Coordinador del programa Inclusión para la Paz

Luis Alberto Sevillano, Gerente Senior Patrimonio y Diversidad Cultural

Claudia Cano, Coordinadora Regional Cauca

Carlos Balanta, Monitor Senior Regional

Luisa Becerra, Monitora Patrimonio y Diversidad Cultural

EQUIPO TÉCNICO LATINOAMÉRICA CREATIVA

Leydi Higidio Henao, Directora Estado BECC (Bienestar Económico, Cultural y Creativo), Líder fundadora Colombia.

Javier Hernández Acosta, Director del Departamento de Administración de Empresas de la Universidad Sagrado Corazón- Presidente de Inversión Cultural, Líder fundador Puerto Rico

Alex Paredes, Director de Academia de Emprendimiento Creativo y Cultural- ECCU, Líder fundador Chile

Francisca París, Directora Regional en Corporación Cultural Balmaceda Arte Joven, Aliada Chile.

Paulo Mercado Espinosa, Director de Fomento a las Industrias Creativas de la Secretaría de Cultura de Jalisco, Aliado México.

Luis Eduardo Augusto, Ceo- Fundador Arte Manifiesto, Aliado Perú.

Gabriel Turielle, Director Contrapedal Música, Aliado Uruguay

Néstor Betancourt, Coordinador comunicaciones Latinoamérica Creativa.



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA



International Organization for Migration (IOM)
The UN Migration Agency



Dirección Editorial

Leydi Higidio Henao
Javier Hernández

Apoyo Editorial

Alex Paredes
Juliana Barrero
José Carlos López
Karina Müller

Diseño Editorial

Fabian Grisales

Fotografías

Néstor Betancourt

Diseño Gráfico, Lina Naranjo, imágenes Latinoamérica Creativa
Diálogos Latinoamericanos de Economía Creativa y de la Cultura.

Corrección de Estilo

Carlos Hernando Zambrano R.

©Organización Internacional para las Migraciones (OIM), 2018
LATINOAMERICA CREATIVA - ESTADO BECC

ISBN:

Impreso en Colombia. Printed in Colombia

Esta publicación es posible gracias al generoso apoyo del pueblo de Estados Unidos a través de su Agencia para el Desarrollo Internacional (USAID), LATINOAMERICA CREATIVA en alianza con ESTADO BECC y la OIM. Los contenidos son responsabilidad de LATINOAMERICA CREATIVA- ESTADO BECC y no necesariamente reflejan las opiniones de USAID o el gobierno de Estados Unidos de América, ni de la OIM. Revisar si lo resaltado en amarillo aplica

Quedan reservados todos los derechos. La presente publicación no podrá ser reproducida íntegra o parcialmente, ni archivada o transmitida por ningún medio (ya sea electrónico, mecánico, fotocopiado, grabado u otro), sin la autorización previa del editor.



AGRADECIMIENTOS

El Proyecto Latinoamérica Creativa y la Pontificia Universidad Javeriana Cali en alianza con la Universidad del Valle, la Universidad Icesi, la Universidad Autónoma de Occidente, el Instituto Departamental de Bellas Artes, la Organización Internacional para las Migraciones - OIM, la Fundación de la Sociedad Portuaria Buenaventura, Cali Creativa, la Secretaría de Desarrollo Económico de Santiago de Cali, la Secretaría de Cultura de Santiago de Cali y el Segundo Congreso Latinoamericano de Gestión Cultural hicieron posible un espacio para que los diferentes actores del sector cultural y creativo dialogaran y pensarán en una ruta para el desarrollo de estos sectores en Latinoamérica.

Gracias a la confianza generada por el trabajo previo en red en una ciudad como Cali que desde hace más de 70 años promueve, desde varias instituciones, el arte, la cultura y la creatividad, y que hace ocho años se vio fortalecido por un proceso piloto llamado Proyecto Industrias Culturales Cali para enten-

der las industrias culturales y creativas, fue posible que todas las organizaciones mencionadas anteriormente le apostaran a reencontrarse, a dialogar y a continuar construyendo.

Buscamos que estos procesos participativos formen parte de una curva de aprendizaje más efectiva y eficiente que promueva un crecimiento responsable y articulado a los objetivos de desarrollo sostenible (ODS).

Contemplar un escenario latinoamericano fue posible gracias a la aceptación de nuestros invitados internacionales: Alcira Sandoval Ruiz, especialista del Sector Cultura, Oficina de UNESCO en Quito; Trinidad Zaldívar, jefa de la División de Cultura, Solidaridad, y Creatividad del Banco Interamericano de Desarrollo; Paulo Mercado, director de fomento a las industrias creativas de la Secretaría de Cultura de Jalisco - México; Javier Hernández Acosta, director del Departamento de Administración de



Empresas de la Universidad del Sagrado Corazón y autor del libro *Emprendimiento Creativo* - Puerto Rico; Alex Paredes, director escuela de Emprendimiento Cultural - Chile; Francisca Paris, directora Balmaceda Arte Joven los Lagos - Chile; Harry Orsos, director de Industrias Creativas Digitales de APESOFT - Perú; Luis Eduardo Augusto, director de la Plataforma Arte Manifiesto - Perú; José Carlos López, fundador MIXMADE Laboratorio Creativo - Perú; Gabrielle Turielle, director del Fest Contrapedal - Uruguay; Leandro Valiati, coordinador del GT Economía Creativa, Cultura y Políticas Públicas - Universidad Federal de Río Grande del Sur- Brasil.

A nuestros invitados nacionales: Lina Arbeláez, gerente nacional de Reducción de Pobreza e Inequidad para el programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en Colombia- PNUD; Luis Sevillano, gerente de Patrimonio y Diversidad Cultural del Programa IPA de la Organización Internacional para las Migraciones-OIM; Paulo Sánchez, líder de Industrias Creativas y Culturales de Findeter; Felipe César Londoño, rector de la Universidad de Caldas; Juliana Barrero, directora asociada de la empresa de consultoría de economía de la cultura Lado B.

A nuestros invitados locales: Luz Adriana Betancourt, secretaria de cultura de Santiago de Cali; Luis Fernando Aguado, profesor asociado y director del Departamento de Economía de la Pontificia

Universidad Javeriana Cali; Margarita Ariza Aguilar, decana de la Facultad de Artes Visuales y Aplicadas del Instituto Departamental de Bellas Artes; Luis Miguel Álvarez, director del Centro de Industrias Culturales de la Universidad Icesi; Manuel Sevilla, profesor asociado de la Pontificia Universidad Javeriana Cali- coordinador del programa Músicas del Rio; Ricardo Caicedo, director del Centro de Expresión Cultural de la Pontificia Universidad Javeriana Cali; Ángela Gartner, profesora de Gestión de Empresas Culturales Universidad Icesi; Diana Ledesma, coordinadora de Fortalecimiento y Promoción-Secretaría de Cultura de Santiago de Cali; José Santiago Arroyo, asesor de la Secretaria de Desarrollo Económico; Carlos Dussán, profesor de la carrera de Diseño de Comunicación Visual de la Pontificia Universidad Javeriana Cali y director del Estudio Gráfico Cactus; Xiomara Suescún, asesora para la Gestión Cultural y la Investigación en el CIC Centro de Industrias Culturales Universidad Icesi; Julia Díaz, coordinadora de comunicaciones – Centro de Expresión Cultural Pontificia Universidad Javeriana Cali.

A los emprendedores que nos acompañaron: Lida Villamarín artista musical; Jacobo Vélez, director del Grupo Musical la Mamba Negra; Jhony Hendrix, director y productor de cine, fundador de Antorcha Films; Camilo Villamarín, director administrativo y actor del Teatro del Presagio.



AGRADECIMIENTOS INSTITUCIONALES

UNIVERSIDAD PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA, en especial al rector padre Luis Felipe Gómez Restrepo, quien nos apoyó para realizar este encuentro. Alba Luz Rojas Martínez, decana de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. María Claudia Villegas Corey, directora del Departamento de Artes Visuales, Arquitectura y Diseño de la Comunicación Visual. Harvy Oviedo, director de la carrera de Artes Visuales. Ricardo Caicedo, director del Centro de Expresión Cultural, su equipo y en especial a María Consuelo Giraldo. David Hurtado y Felipe Mora, Campus Nova. Oficina de comunicaciones, a su director Juan Carlos Prado Oficina de Investigación, Desarrollo e Innovación, a su directora Teresita Sevilla Ángela Correa, docente Comunicación Social. Demás colaboradores de la Pontificia Universidad Javeriana Cali.

UNIVERSIDAD DEL VALLE: José Hleap, decano de la Facultad de Artes Integradas, y el vicedecano de Investigaciones de Arte Luis Humberto Casas. Ruby Grisales, profesora Honorífica.

INSTITUTO DEPARTAMENTAL DE BELLAS ARTES, al rector Ramón Daniel Espinosa, y a la decana de Artes Margarita Ariza.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE, María Victoria González, jefe de Departamento de Cultura.

UNIVERSIDAD ICESI, Luis Miguel Álvarez, Xiomara Suescún, asesora para la Gestión Cultural, director del Centro de Industrias Culturales.

Segundo Congreso Latinoamericano de Gestión Cultural, Javier Alonso y universidades aliadas.

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL PARA LAS MIGRACIONES, a Hugo Tovar, Coordinador del programa Inclusión para la Paz (USAID-OIM), a Luis Sevillano, gerente de Patrimonio y Diversidad Cultural del Programa de Inclusión para la Paz y a su equipo, en especial a Luisa Becerra.

FUNDACIÓN DE LA SOCIEDAD PORTUARIA DE BUENAVENTURA, a su gerente Andrés Ramírez y a Ana María Acosta, coordinadora del Proyecto Cultura Pazcífico Sobreviviente.

LATINOAMÉRICA CREATIVA COLOMBIA: Leydi Higidio, líder para Latinoamérica Creativa para Colombia - docente Gestión Cultural Pontificia Universidad Javeriana Cali, directora de Estado BECC; Néstor Betancourt, Comunicaciones Latinoamérica Creativa.

COLABORADORES: Valentina Rincón y Lina Naranjo, Diana Bustamante, Renzon Delgado, Jeison Henao.

MONITORES: Diana Concha, Isabella Cortes, Ángela Urresty, Juan Camilo González, José Carlos López, Gustavo Perea, Yerson Andrade, Henry Boada.

MENSAJE DE LA UNESCO



La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) es la única agencia de las Naciones Unidas con un mandato específico en cultura. En la UNESCO estamos convencidos del poder de la cultura para transformar sociedades, a través de sus diversas manifestaciones.

Para ejecutar este mandato, la UNESCO trabaja en múltiples ámbitos de la cultura, desde la protección de los monumentos históricos, patrimonio sumergido y áreas naturales, pasando por los museos y la prevención del tráfico ilícito de bienes culturales, el trabajo con museos hasta los ritos tradicionales y el arte contemporáneo.

La UNESCO está convencida que no puede haber desarrollo sin cultura y que, sin esta, ningún desarrollo puede ser sostenible; es así que estamos firmemente comprometidos en el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y el cumplimiento de la agenda 2030, donde si bien no existe un objetivo específico para la cultura, esta si se encuentra implícita en ocho de ellos, a través de la consecución de distintas metas.

Para asegurarse de que los planes y estrategias de desarrollo tomen en cuenta la cultura, la UNESCO trabaja sobre tres ejes: primero, encabezar la defensa de la cultura y el desarrollo a nivel mundial;

segundo, colaborar con la comunidad internacional para establecer acuerdos y marcos reglamentarios y; tercero, ejecutar actividades en el terreno para ayudar a los gobiernos y a los actores locales en la conservación del patrimonio, el fortalecimiento de las industrias creativas y el fomento del pluralismo cultural.

Una de las herramientas más importantes para lograr los objetivos mencionados es la implementación de las seis Convenciones de la UNESCO en Cultura, ellas constituyen una plataforma mundial única para la cooperación internacional y establecen un órgano de gobierno cultural completo basado en los derechos humanos y los valores comunes. Estos tratados internacionales jurídicamente vinculantes, proporcionan herramientas para proteger y conservar el patrimonio cultural y natural de nuestro planeta como los yacimientos arqueológicos, el patrimonio subacuático, los fondos de los museos, el patrimonio inmaterial –las tradiciones orales, por ejemplo– y otras formas de patrimonio. También fomentan la creatividad, la innovación y el afloramiento de sectores culturales dinámicos.

El más joven de estos tratados es la Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales, que de acuerdo a sus principios “garantiza que los artistas, los profesionales, otros actores de la cultura y los ciudadanos

en todo el mundo puedan crear, producir, difundir y disfrutar de una amplia gama de bienes, servicios y actividades culturales, incluidos los suyos propios”. Fue adoptada porque la comunidad internacional reconoció la urgencia de aplicar una regulación internacional que reconociera:

- El carácter distintivo de los bienes, servicios y actividades culturales como vectores de transmisión de identidad, valores y sentidos;
- Que los bienes, servicios y actividades culturales no son mercancías o bienes de consumo que puedan ser considerados únicamente como objetos de comercio, aunque tengan un valor económico importante.

Reconociendo que la cultura no puede seguir siendo considerada únicamente como un subproducto del desarrollo, sino que debe ser vista como uno de los principales factores de desarrollo sostenible, la Convención replantea un nuevo marco internacional para la gobernanza y la gestión de la cultura mediante:

- El fomento de políticas y medidas culturales que fomenten la creatividad, y faciliten el acceso de los creadores a los mercados nacionales e internacionales donde sus obras/expresiones artísticas puedan ser debidamente reconocidas y aseguren que estas expresiones sean accesibles al público en general;
- El reconocimiento y la optimización de la contribución global de las industrias culturales al desarrollo económico y social, especialmente en los países en desarrollo;
- La integración de la cultura en las estrategias de desarrollo sostenible y en las políticas nacionales de desarrollo;

- La promoción de la cooperación internacional para facilitar la movilidad de los artistas, así como el flujo de bienes y servicios culturales, especialmente de aquellos provenientes del Sur.

La implementación de esta Convención, tiene como factor clave el trabajo participativo con la sociedad civil, de hecho, en su artículo 14: “Los Estados Parte reconocen el papel fundamental de la sociedad civil en la promoción y protección de la diversidad de las expresiones culturales”. Y se establece, además, que los países deberán promover la participación activa de la sociedad civil en lograr los objetivos de la convención.

Las acciones como las realizadas por Latinoamérica Creativa, que nacen de la sociedad civil y promueven una participación activa de la Academia y del sector privado en estrecha coordinación con los entes gubernamentales locales y nacionales, hacen parte del debate necesario para buscar soluciones y encontrar alternativas para la mejora de las condiciones de los artistas, gestores culturales y creativos no sólo a nivel nacional sino regional. Estos debates permiten transmitir a los encargados de la realización de políticas, cuáles son las necesidades y requerimientos, así como ofrecer apoyos para la consecución de las metas planteadas.

Para la UNESCO, el apoyo a este tipo de iniciativas es fundamental, para lograr así una implementación más integral de los objetivos de la Convención a través de la cultura y la creatividad, para contribuir a la edificación de sociedades abiertas, inclusivas y pluralistas, así como a la construcción de sociedades del conocimiento dinámicas, innovadoras y prósperas.

Alcira Sandoval Ruiz
Especialista del Sector Cultural,
Oficina de UNESCO en Quito

MENSAJE DEL BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO

Mecanismos efectivos para el desarrollo de
la Economía Naranja en América
Latina y el Caribe



En el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) estamos trabajando para promover las industrias culturales y creativas (ICC), o economía naranja¹, como motor de desarrollo de la región. Estudios a nivel global como de la región han demostrado que este es un sector de la economía que crece más rápido que la economía en su conjunto, que genera empleo, riqueza e impacto social. Las ICC tienen además la capacidad de acelerar la innovación y la productividad en sectores tradicionales de la economía, y de competir en los mercados globales.

Con la publicación del libro *La Economía Naranja* en 2013, el BID puso el foco en un fenómeno que despierta cada vez más interés en las agendas de desarrollo de los países de América Latina y el Caribe. La razón: su práctica no sólo impulsa el crecimiento económico a través de la creación de valor, sino que sus iniciativas se han convertido en sistemas de innovación en sectores prioritarios para la región.

¹ La economía naranja es definida por el BID como el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios, que tiene el talento y la creatividad como insumo principal y cuyo valor puede estar basado en la propiedad intelectual. (Iván Duque y Felipe Buitrago, *La Economía Naranja Una Oportunidad Infinita*, Banco Interamericano de Desarrollo, 2013).

La buena noticia es que la creatividad es un recurso abundante en la región que podemos y debemos fomentar; un recurso que puede convertirse en nuestra materia prima del siglo XXI. Hoy ocupa un lugar central en la creación de bienes y servicios, y en medio de la Cuarta Revolución Industrial, se ha transformado en la tercera destreza para los trabajos del futuro según el Foro Económico Mundial para el 2020 -escalando desde el número 10 en el 2015.

Como Banco nos preguntamos de dónde saldrán los trabajos del futuro para las nuevas generaciones. Nesta, la agencia de innovación del Reino Unido, señala que los trabajos con menor riesgo de ser reemplazados por robots serán los que requieren de un alto contenido de creatividad.

Por estas razones es que en el BID estamos invirtiendo cada vez más en proyectos vinculados a las industrias creativas, ya que ellas serán cruciales en la generación de los empleos del futuro.

Los desafíos que la región tiene por delante son enormes y van desde la infraestructura, el acceso a financiamiento, la creación de políticas públicas adecuadas, la medición del impacto de estas industrias

en la economía, entre otros. Para un mejor conocimiento de las ICC y para darle visibilidad a quienes están detrás de estas empresas lanzamos una nueva publicación *Economía Naranja. Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe*. Con este libro queremos destacar como, si sabemos aprovecharlo y creamos las condiciones adecuadas, en las manos de los creativos, diseñadores, artistas y emprendedores podría estar parte de la respuesta a los desafíos de desarrollo de América Latina y el Caribe.

Su paulatino reconocimiento por parte de algunos gobiernos de la región se ha plasmado en el desarrollo de acciones y políticas en busca de mecanismos efectivos para su desarrollo y sostenibilidad.

Y es que en América Latina, estas industrias emplean ya a 1.9 millones de trabajadores, es decir la fuerza laboral de economía como Costa Rica o Uruguay. Se estima que en 2015 generaron ingresos por US\$124 mil millones, equivalentes al 6% de las industrias creativas del mercado global.² Hay mucho todavía por avanzar. De acuerdo a la UNCTAD, poco menos de la tercera parte de éstas se dirige a otros países de la región, y en cambio, más del 64% se dirige a economías desarrolladas.³

Pero aún tenemos mucho camino por recorrer. Para lograr el desarrollo de estas industrias y su sostenibilidad, es necesario ver a nuestra región como un ecosistema integrado y explorar dimensiones

de cooperación para generar las escalas necesarias para competir en los mercados globales.

Así, debemos co-nutrir la capacidad de nuestra fuerza creativa. Es decir, asegurarnos de que las oportunidades de formación y el fomento estén abiertas para todos los ciudadanos de América Latina y el Caribe. Fomentar la co-creación, para que los productos siempre tomen en cuenta las necesidades y los retos de desarrollo de nuestros países.

Poner el tema de la distribución de los productos creativos en la agenda. Comprometernos transversalmente con la protección de los derechos de propiedad intelectual y el respeto al trabajo de quienes hacen parte de estas industrias. Y finalmente, es necesario establecer mecanismos y garantías que faciliten la inversión de recursos públicos y privados en estas industrias.

Los esfuerzos por fomentar la integración física, política y comercial entre nuestros países son de vital importancia para alcanzar los objetivos de crecimiento y de desarrollo en la región. Esto sólo será posible fortaleciendo nuestras instituciones, promoviendo el acceso a la tecnología, y facilitando los espacios de cooperación. Comunidades ricas en creatividad y cultura tienen mejor calidad de vida y una concentración más alta de profesionales creativos que agregan valor a nuestras economías.

Trinidad Zaldívar
Jefa de la División de Cultura,
Solidaridad, y Creatividad del Banco
Interamericano de Desarrollo.

² Ernst & Young, Supervisor Marc L Hermitte (2015) Cultural Times. The First global map of cultural and creative industries [PDF file]. Recover from [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/\\$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf)

³ UNCTAD, (2010) Economía Creativa [PDF file]. Recover from http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf



MENSAJE DE LA GERENCIA DE PATRIMONIO Y DIVERSIDAD CULTURAL DEL PROGRAMA INCLUSIÓN PARA LA PAZ

de la Organización para las Migraciones
de las Naciones Unidas

La concepción del desarrollo como construcción desde los modelos tradicionales que no reconocen en la cultura un gran vector, es un concepto hoy entrado a una profunda reflexión. La cultura y el patrimonio cultural, hacen posible en los países mantener diferencias que constantemente riñen con la globalización y el sentimiento de homogenización que reinó en el mundo por varias décadas. Hoy las particularidades de los pueblos permiten ofrecer apuestas de bienestar y desarrollo de manera sostenible a las cuales en mucho tiempo no se les reconoció la importancia.

En este sentido, la generación de oportunidades de trabajo decente y de crecimiento económico como uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS-ONU), encuentra en la construcción colecti-

va, la transmisión de saberes, la garantía del cuidado de las tradiciones y el estímulo a la diferencia, una oportunidad de desarrollo social y económico gestionada desde los territorios.

Para el caso de Colombia, los efectos de la modernización y el conflicto armado interno han impedido la transmisión y continuidad de muchas tradiciones culturales, colocando en peligro la existencia de manifestaciones que nacen como elementos de cohesión social y juegan un papel protagónico en la consolidación de espacios para la reconciliación.

Por lo tanto, la definición de una ruta para el desarrollo sostenible que se construya desde las parti-



cularidades de los territorios, es una inmensa posibilidad luego de más de 50 años de guerra. En Colombia debido a lo anterior, hay territorios en los cuales solo a través de la cultura y el patrimonio se tiene una oportunidad de reconstrucción social y crecimiento económico asociado a sus tradiciones y saberes.

Las manifestaciones culturales y el patrimonio cultural logran luchar contra todo tipo de violencia y despojo, logran superar el ataque frontal de la desesperanza y son los que hoy permiten a las comunidades soñar con un futuro diferente desde sus particularidades.

La entrada de los modelos de desarrollo propuestos por el estado en época de pos-acuerdo puede

demorar, pero la cultura y el patrimonio cultural se mantienen vivos en la vida cotidiana, reproduciéndose de generación en generación, logrando hacer el diferencial que le permite a los territorios pensar en un modelo que no es extractivo, no arrasa con los recursos naturales, pero sobre todo que permite desarrollarse desde lo propio de manera sostenible y con la certeza que además de generar crecimiento económico, construirá paz.

Luis Alberto Sevillano
Gerente senior de Patrimonio y
Diversidad Cultural
Programa de Inclusión para la Paz – IPA
Organismo para las migraciones
de las Naciones Unidas - OIM

MENSAJE DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

Reflexiones sobre la formación de públicos en la Institución educativa.
(o cavilaciones sobre la gestión cultural universitaria, después de la experiencia Latinoamérica Creativa)

La educación no sólo es alfabetizar, sino saber leer, porque leer es pensar, y pensar bien para poder escribir y, por consecuencia, saber dialogar; si no hay esto, lo demás no sirve de nada”.

Jaime Labastida

En el marco de las instituciones de educación superior, la formación de públicos es una apuesta con implicaciones formativas que impactan la experiencia universitaria, trascendiendo la mirada tradicional que la ubica (a la Formación de públicos) en una relación subordinada a la promoción del consumo de los bienes y servicios culturales.

En la universidad, formar implica construir/moldear/preparar - no un consumidor pasivo: potencial comprador- sino un sujeto político que es arte y parte de la vida cultural, que lo implica como individuo a la vez que lo hace parte de su comunidad. En este sentido, *el público no* es visto como *consumidor*, sino más bien como *actante* de una vida cultural de la que participa y a la que pertenece. Por todo esto, la gestión cultural universitaria debe propiciar ex-

periencias formativas, apoyar la gestión del conocimiento, fortalecer las comunidades y aportar a la consolidación del campo, además (obviamente) de atender la producción y circulación de bienes y servicios culturales.

La experiencia Latinoamérica Creativa fue una apuesta que permitió avances en esta dirección, con una metodología de gestión relacional incluyente desde el diseño inicial hasta sus desarrollos posteriores: Conexión – Acción - Exposición. Es decir, una apuesta dialógica para construir, indagar, enseñar y aprender con nuestro particular estilo latinoamericano sobre la economía creativa y de la cultura en torno a los ejes: políticas públicas, enfoque social y comunitario, responsabilidad de la Academia y rol del emprendedor.



Foto: Julia Díaz

Los actantes de los diálogos latinoamericanos, participaron colectivamente de esta experiencia de construcción de conocimiento, con acciones pedagógicas dialogadas que tomaron en cuenta diferentes perspectivas y lugares de enunciación de los sujetos.

Además de las memorias y las vivencias que se recogen en las infografías, los registros y el documento, queda algo supremamente importante a mi juicio: El fortalecimiento del *ecosistema cultural* de nuestra institución, en donde el trabajo articulado del Departamento de Arte Arquitectura y Diseño, El Centro de Expresión Cultural, Campus Nova y el Departamento de Economía, permitieron vivenciar

que la cultura, la pedagogía, la creatividad y la economía, no son responsabilidades aisladas de una u otra unidad académica y/o administrativa, sino que son más un entramado que nos sitúa en la realidad de ser productores y reproductores de la cultura. Todo un reto para que en el corazón de la Universidad, se continúen desarrollando nuevas experiencias centradas en la dimensión social de las prácticas culturales.

CONSUELO GIRALDO MEZA
Coordinadora de formación de públicos-
Centro de Expresión Cultural de la
Vicerrectoría del Medio Universitario-
Pontificia Universidad Javeriana de Cali.



PRESENTACIÓN

¿Cómo pensarse en una Latinoamérica Creativa?

Las actuales dinámicas de consumo basadas en la obtención de experiencias, comienzan a generar nuevas perspectivas y transformaciones en los modelos económicos actuales impulsando la creatividad, el arte y la cultura como motores de desarrollo. Desde hace varios años se han realizado publicaciones sobre la economía y ciudades creativas, cifras como el 6.1% producido por este sector de la economía global según John Howkins para el año 2005. De igual forma, existen publicaciones como el libro *La Economía Naranja* del Banco Interamericano de De-

sarrollo– BID, donde también se muestra a estos sectores como los nuevos hacedores de puestos de trabajo para 107 millones de jóvenes en Latinoamérica en el futuro próximo.

Sin embargo, este boom generado hace algo más de 20 años, no tiene una ruta precisa y todavía nos cuestionamos: ¿Cómo se implementa esta economía? ¿Qué modelos son exitosos? ¿Cómo los replicamos? ¿Cuáles son las diferencias entre economía creativa y de la cultura? ¿Ocio? ¿Entretenimiento?



¿Cultura? ¿Arte? ¿Negocio-dinero? ¿Diversidad u homogenización?; estas preguntas y muchas más siguen siendo parte de los laboratorios abiertos que son nuestras ciudades, algunas ya con diferentes resultados.

Según el World Economic Forum (2017), los sectores que proporcionarán más empleos de acuerdo a un estudio de Addeco para los años 2020 a 2025 en España, serán en primer lugar las I+D+I, seguidas del turismo y el ocio, y en un sexto lugar, las industrias culturales y creativas. En el caso de Latinoamérica ¿Cuáles son esas proyecciones? ¿Tenemos cómo manejar y orientar este motor de desarrollo? ¿Conocemos sus impactos y el manejo de los mismos?

Pensar en cada uno de los países que conforman la región, en sus oportunidades y en las oportunidades conjuntas, nos lleva a revisar cada una de estas preguntas, conversar y sugerir formas y soluciones para construir escenarios que vinculen no sólo a las manifestaciones artísticas, culturales y creativas como una nueva fuente de ingresos, sino a nuevos escenarios más humanos sujetos a nuestras nuevas necesidades y conectados a los avances alcanzados y a nuestra memoria.

La diversidad latinoamericana es una fuente de contenidos, *nuestros contenidos*, que determinan lo que fuimos y queremos ser y hacer; somos experiencias, somos nuestra propia respuesta para generar el bienestar de nuestras comunidades.



Existen muchos significados en casi todas las sociedades del planeta.

Según la UNESCO

Según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

Si te perdiste la oportunidad de participar en este gran evento, Yo te iré contando gráficamente que se vivió en estos maravillosos días, llenos de aprendizaje y crecimiento.

Primero les voy a contar un poco más sobre que es la economía creativa y de la cultura.

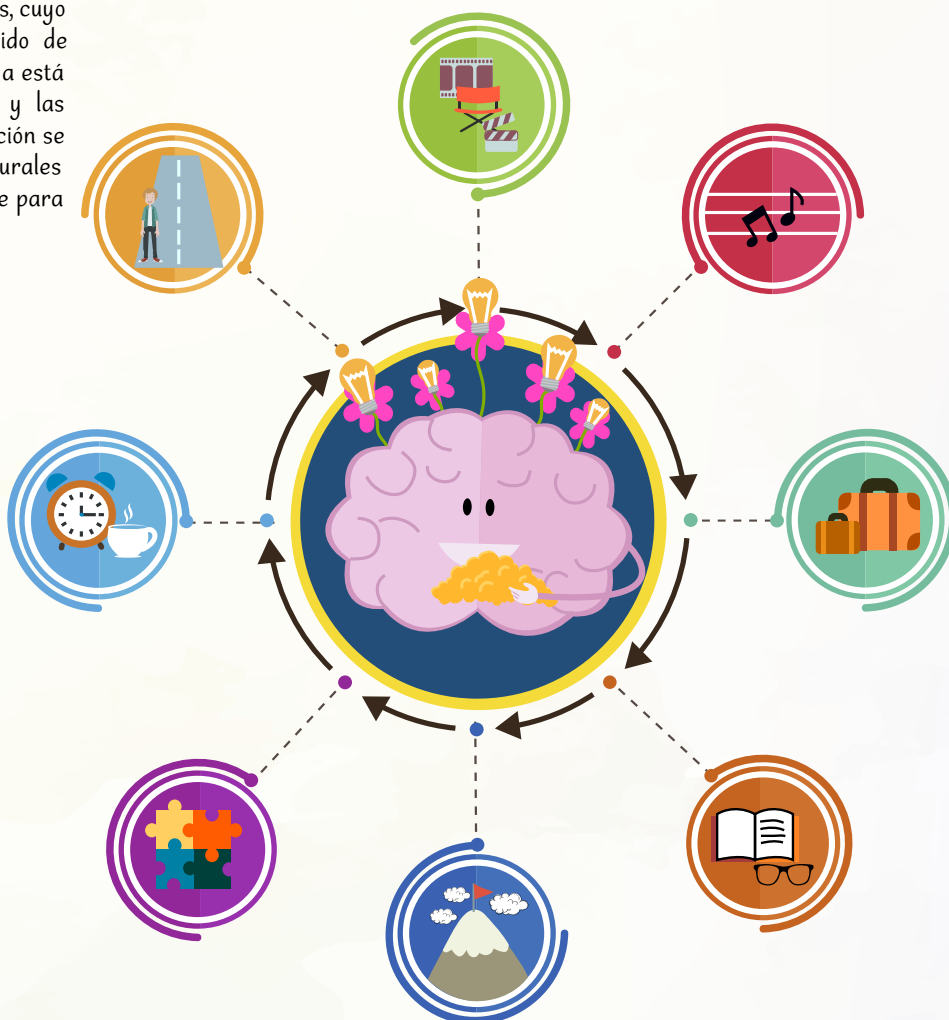


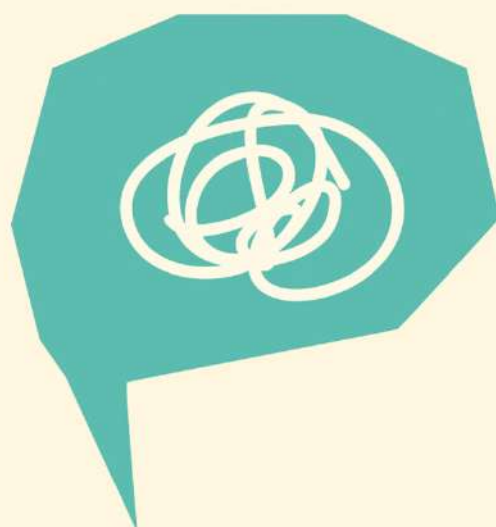
Las inquietudes e iniciativas de estos sectores económicos, están alrededor de la propiedad intelectual, siendo una dinámica nueva con el objeto de fomentar el diálogo y la creación de nuevas rutas para el desarrollo, bienestar y crecimiento de nuestra región.

Es por eso que los **DIÁLOGOS LATINOAMERICANOS DE ECONOMÍA CREATIVA Y DE LA CULTURA**, se llevan a cabo con “el propósito de reunir a los actores involucrados en el sector cultural y creativo.”

El conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. El universo naranja está compuesto por: i) la economía cultural y las industrias creativas, en cuya intersección se encuentran las industrias culturales convencionales y ii) las áreas de soporte para la creatividad.

La Economía Naranja encuentra un antecedente en la Economía Creativa, concepto desarrollado por John Howkins, autor del libro “La economía creativa: transformar una idea en beneficios”, que comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, televisión, radio y video juegos. Este sector, desde el año 2005, genera el 6% de la economía global





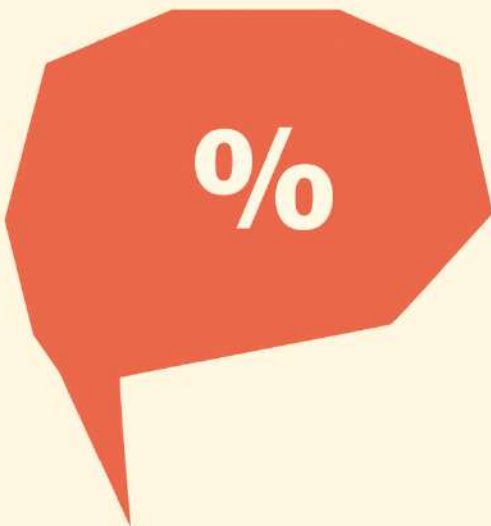
PRÓLOGO

Este documento se realiza como parte de las memorias de tres días de trabajo en el marco del evento *Diálogos Latinoamericanos de Economía Creativa y de la Cultura* en la ciudad de Cali– Colombia, realizado los días 5, 6 y 7 de septiembre de 2017.

Estos encuentros de región nacen de la plataforma Latinoamérica Creativa, que es el primer proyecto sin ánimo de lucro, impulsado por la sociedad civil, integrado por creadores, articuladores, investigadores, profesionales, gestores, instituciones, estudiantes y la sociedad en general, que busca articular la creatividad y la cultura a los planes de desarrollo de los diferentes países latinoamericanos, consiguiendo avanzar de manera colaborativa, sostenible y sustentable.

Pensar en cómo conectarnos (articularnos), cómo acompañarnos y cómo gestionar conocimiento, es la base que propone la plataforma para dinamizar la economía cultural y creativa de Latinoamérica. A partir de lo anterior se plantean diferentes acciones para lograr estos objetivos. Es así como se impulsan encuentros que permitan el diálogo latinoamericano alrededor de estos temas.

Al exponer los ejes principales para el desarrollo de este motor socioeconómico, se facilita el establecimiento de una base y un punto de encuentro donde se reivindica el rol del arte, la cultura y la creatividad desde su esencia, y desde las nuevas dinámicas de comportamiento y de consumo. Reconocer las características de estas manifestaciones que nos invita



a entender cómo la cultura, el arte y la creatividad, son el centro de nuestras sociedades, nuestras identidades, de lo que somos.

Como base y orientación de los diálogos se determinan los siguientes temas de discusión:

- Las políticas públicas necesarias para el posicionamiento y consolidación de la economía creativa y de la cultura;
- La responsabilidad de la Academia desde las líneas de formación, investigación y formación de públicos;
- El rol o la posición de los diferentes actores culturales, artísticos y creativos;

- Y por último y no menos importante, el enfoque social y comunitario.

A partir de estas reflexiones y de los contextos de cada país o ciudad se pretende aportar al desarrollo sostenible y sustentable de esta economía en la que podamos realizar un trabajo colectivo que facilite el intercambio de experiencias, saberes, lecciones aprendidas y buenas prácticas.

Le apostamos a una Latinoamérica Creativa capaz de entender, crear, apropiarse e implementar sus propias soluciones desde la reflexión colectiva. Es por esto que la invitación es a seguir generando estos espacios de diálogo y también de acciones regionales en pro del bienestar social y económico de nuestros territorios.

¿POR QUÉ ESTOS TEMAS?

POLÍTICAS PÚBLICAS EN EL SECTOR CULTURAL Y CREATIVO.



Cuestionar la necesidad de las leyes y su real implementación; los resultados en la actualidad y la necesidad de integración de leyes de región para el mejor desarrollo de esta economía.

RESPONSABILIDAD DE LA ACADEMIA FRENTE AL TEMA.

Dialogar con las instituciones académicas acerca de sus roles de: formación, investigación y como formadores de públicos. Promover la construcción de escenarios para el desarrollo profesional de sus egresados de carreras creativas y culturales. Integrar de manera transversal el tema en todas sus carreras.



EMPRENDEDOR CULTURAL Y CREATIVO.

Debatir con los actores (artistas, creadores, gestores y articuladores culturales) acerca de los diferentes roles y conocimientos que deben tener para el desarrollo de sus sectores.



ENFOQUE SOCIAL Y COMUNITARIO DE LA ECONOMÍA CREATIVA.

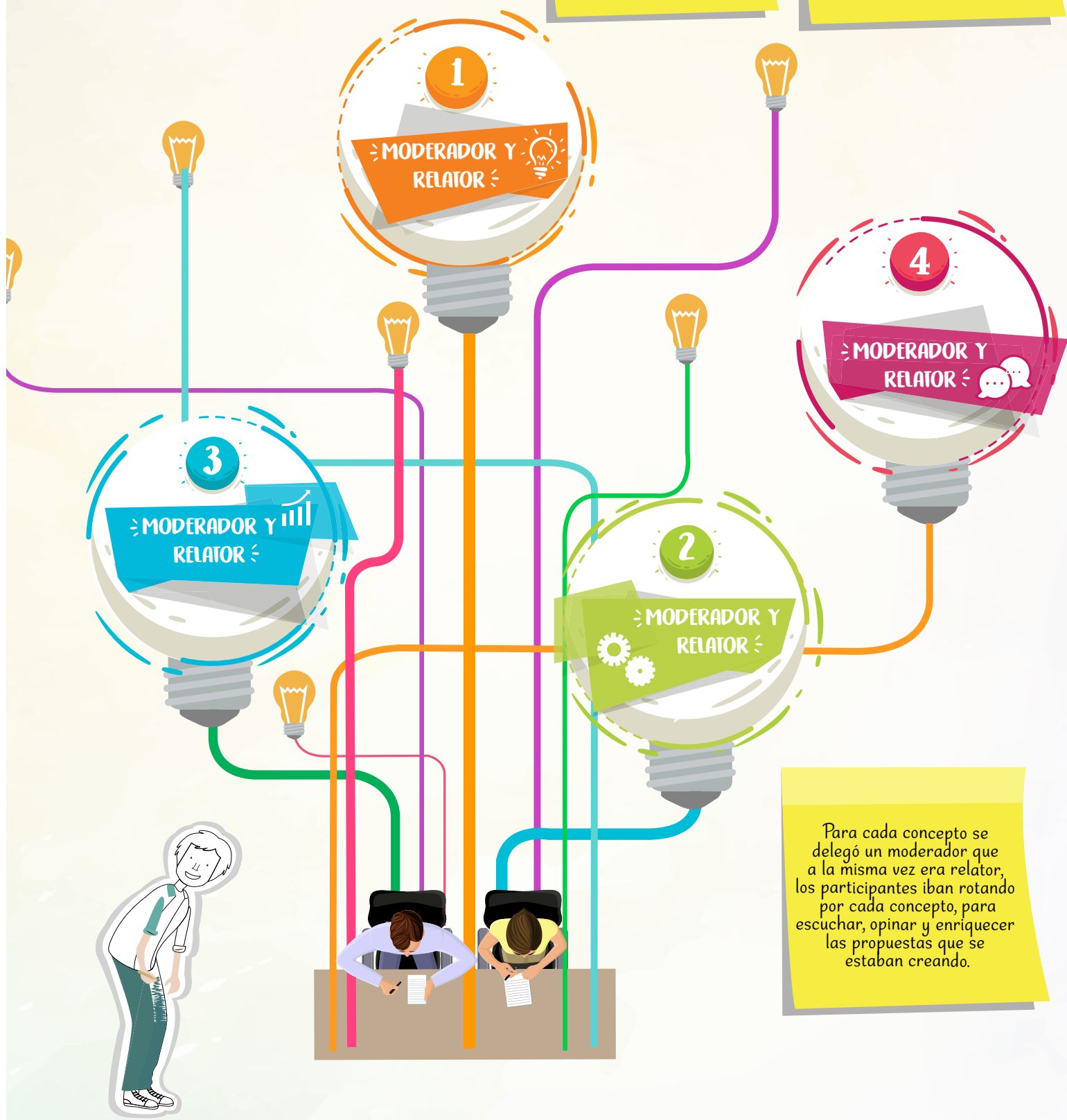
Analizar y evaluar cómo se están incluyendo los enfoques culturales y creativos en la construcción e implementación de programas y proyectos para el desarrollo social y económico territorial. Esto incluye cómo, desde la base, se define la identidad, la diversidad, la interculturalidad, para integrarse a lo global, y cómo desde la base se establece el desarrollo desde lo social a lo económico.





Después de abordar cada uno de los conceptos, se debatió y se escogieron algunos de ellos, para trabajar los en el segundo día del encuentro.

Se dieron a conocer las preguntas escogidas de cada grupo. Los participantes volvieron a sus grupos de trabajo para debatir y opinar sobre cada concepto, como en un World Café. Para así generar propuestas para la realización y solución de ellas.



Para cada concepto se delegó un moderador que a la misma vez era relator, los participantes iban rotando por cada concepto, para escuchar, opinar y enriquecer las propuestas que se estaban creando.



1. INTRODUCCIÓN

En el marco de las nuevas dinámicas sociales y de la necesidad de crear otras alternativas productivas generadoras de empleos e ingresos, la cultura y la economía se identifican como una dupla que presenta al mundo nuevas dependencias estéticas, visuales y sonoras, así como experiencias y simbólicas.

Lo anterior, conlleva a pensar en cambios urgentes de estructuras institucionales y de la apropiación por parte de cualquier comunidad para dar respuesta a lo que estamos buscando. Reconociendo la importancia de la cultura, el arte y la creatividad como ejes primordiales para el desarrollo y bienestar de los países, se busca la consolidación de estos sectores en Latinoamérica. La articulación y la suma de esfuerzos entre países de la región, permitirá la identificación y el fortalecimiento de cada uno de

los eslabones, actores, y circuitos necesarios para el desarrollo sostenible de este sector.

Considerando lo anterior, la plataforma Latinoamérica Creativa (LC) busca generar análisis de las dinámicas propias de estos sectores e impulsar proyectos de cooperación transnacional. A partir del primer encuentro realizado el 31 de marzo de 2017 en Santiago de Chile, que tuvo como finalidad crear conciencia sobre el potencial y transversalidad de la cultura y creatividad, en el desarrollo socioeconómico de la región, posteriormente, se llevó el segundo encuentro en Colombia. Estos eventos buscan que la comunidad local, artistas, gestores, creativos, instituciones, Academia entre otros participantes de otros países y expertos internacionales, dialoguen y planteen un escenario latinoamericano para el desarrollo de la economía creativa.





2. DIÁLOGOS LATINOAMERICANOS DE ECONOMÍA CREATIVA Y DE LA CULTURA

Cali 5, 6 y 7 de septiembre de 2017

Como parte del desarrollo de procesos de LC, la identificación de cada contexto nacional y local se convierte en un factor determinante para conocer el estado de esta economía en la región. De esta manera, los diálogos alrededor de la economía creativa y de la cultura, buscan no sólo establecer el desarrollo de eventos informativos y educativos, sino también la posibilidad de encontrar soluciones construidas de manera colectiva, documentando todas las ideas y buscando su implementación posterior.

La gestión de conocimiento planteada para estos espacios, facilita el retorno de la inversión de este tipo de encuentros optimizando tanto los recursos

humanos como los económicos aportados a estos espacios. A partir de estos parámetros, los diálogos de economía creativa y de la cultura abordan los siguientes temas:

- Políticas públicas para la cultura y la creatividad

Cuestionar la necesidad de las leyes y su real implementación, los resultados en la actualidad y la necesidad de la integración de leyes de la región para un mejor desarrollo de esta economía.

- Responsabilidad de la Academia

Dialogar con las instituciones académicas acerca de sus roles de: formación, investigación y como formadores de públicos. Promover la construcción



de escenarios para el desarrollo profesional de sus egresados de carreras creativas y culturales. Integrar de manera transversal el tema en todas sus carreras.

- Rol del actor cultural y creativo

Debatir con los actores (artistas, creadores, gestores y articuladores culturales) acerca de los diferentes roles y conocimientos que deben tener para el desarrollo de sus sectores.

- Enfoque social y comunitario

Analizar y evaluar cómo se están incluyendo los enfoques culturales y creativos en la construcción e implementación de programas y proyectos para el desarrollo social y económico territorial. Esto incluye cómo, desde la base, se define la identidad, la diversidad, la interculturalidad, para integrarse a lo global, y cómo desde los cimientos se establece el desarrollo desde lo social a lo económico.

Los tres días de este encuentro se dividieron en:



Los ponentes expusieron diferentes conceptos. Todos los participantes debían de escoger el concepto que más le llamara la atención.

Los asistentes se organizarón en cuatro grupos.

Políticas pública cultural y creati

- ¿De qué forma las política estabilidad laboral de un p
- ¿Cómo aportan las política de la cultura?
- ¿Qué políticas públicas son liderazgo de los perfiles p
- ¿Cómo reorientar las polít desarrollo de los mercado cultural?
- ¿Cómo las políticas públic creativo, estimulando el cr de nuevas economías y la limitados?
- ¿El plan de acción de las p emprendimiento creativo y estar encaminado a la edu nuevos consumidores?



Emprendedor cultural y creativo.

- ¿Cómo la innovación disruptiva puede ayudar al emprendimiento creativo?
- ¿Cómo fortalecer la transformación social a través de la curva del aprendizaje enunciada en emprendimientos culturales?
- ¿Cómo desarrollar la diversidad cultural con equidad económica apoyando al mercado local para lograr una transformación social?
- ¿Cómo crear redes multiculturales que permitan articular diferentes disciplinas para generar emprendimientos creativos viables que generen un impacto social?
- ¿Existe un plan de acción para emprender desde el arte?
- ¿Cómo establecer alianzas empresariales entre lo público y lo privado, para potencializar los distintos emprendimientos creativos sin que estos pierdan su enfoque ético?
- ¿Cómo influye la pasión y la creatividad en el perfil profesional para crear nuevas prácticas que contribuyan al desarrollo y cambio social?



Políticas en el sector creativo

¿Las políticas públicas pueden garantizar la creación de un profesional con perfil creativo?
¿Las políticas públicas al desarrollo sostenible

¿Qué son necesarias para desarrollar el talento de los profesionales creativos?
¿Qué políticas públicas para posibilitar el emprendimiento locales en un marco de diversidad

¿Qué políticas públicas van a proteger el emprendimiento y el crecimiento económico para la creación y la expansión de mercados locales

¿Qué políticas públicas para el emprendimiento y crecimiento económico, debería haber en la educación de los niños, que son los futuros creativos?

Ya estando en sus grupos, cada participante debía de generar una pregunta, respecto al concepto que escogió.

Responsabilidad de la academia frente al tema.

- ¿Cuál es la apuesta de la academia en las políticas culturales?
- ¿Cómo aportan las políticas públicas al desarrollo sostenible de la cultura?
- ¿Qué es un desarrollo sostenible en el arte?
- ¿La academia puede ayudar a generar una cultura del arte y difundir economía creativa?
- ¿Qué mecanismos la academia puede generar para el desarrollo de las comunidades desde las nuevas prácticas artísticas para que no se vean reducidas a prácticas instrumentales?
- ¿Cómo podría la academia formar competencias para la realización de proyectos artísticos que no corresponden a los intereses económicos de un proyecto político específico?
- ¿Cuál es la responsabilidad de la academia en un mundo donde se privilegia el crecimiento económico, frente a otras formas de aprehensión del conocimiento que históricamente han estado por fuera de esta lógica?
- ¿La academia como impulsor o influencia del talento o desarrollo artístico?

Enfoque social y comunitario de la economía creativa.

- Por medio de la academia, ¿Cómo podemos educar al capital humano para lograr una transformación social sostenible?
- ¿Qué sería una nueva economía y como se construye?
- ¿Cómo incorporar a la comunidad en proyectos de economía creativa?
- ¿Cómo fomentar la interdisciplinariedad profesional desde la academia?
- ¿Cómo involucrar de forma honesta en un proyecto creativo, un enfoque social?
- ¿Cómo generamos procesos de emprendimiento en las comunidades para que promuevan o creen economías creativas?
- ¿Un proyecto creativo DEBE tener un enfoque social y comunitario? ¿Es una obligación?





2.1 METODOLOGÍA DE LOS DIÁLOGOS DE LATINOAMÉRICA CREATIVA

Se implementó una metodología innovadora que permitió construir soluciones creativas para los retos locales y regionales. Se parte de un modelo fundamentado en tres ejes: conexión, acción y exposición.

- **Conexión** – se divide en dos partes. La presentación del evento y de los invitados; y un segundo momento de organización de las mesas de trabajo alrededor de los cuatro temas propuestos, compuestas por actores de política pública, Academia, individuos, creativos y gestores, para debatir sobre las inquietudes más relevantes acerca de los cuatro temas propuestos.

- **Acción** – dando continuidad a las actividades de conexión se procede con la identificación de alternativas de solución a las inquietudes y problemáticas planteadas en relación a estos sectores en las diferentes mesas. Y posteriormente se definen las rutas de las soluciones propuestas, las cuales son socializadas con el resto de los participantes.
- **Exposición** – paneles de presentación de los resultados de los cuatro temas por parte de los expertos que hicieron parte de todas las actividades y discusión con líderes locales/nacionales de cada tema y público participante.



2.1.1 CONEXIÓN

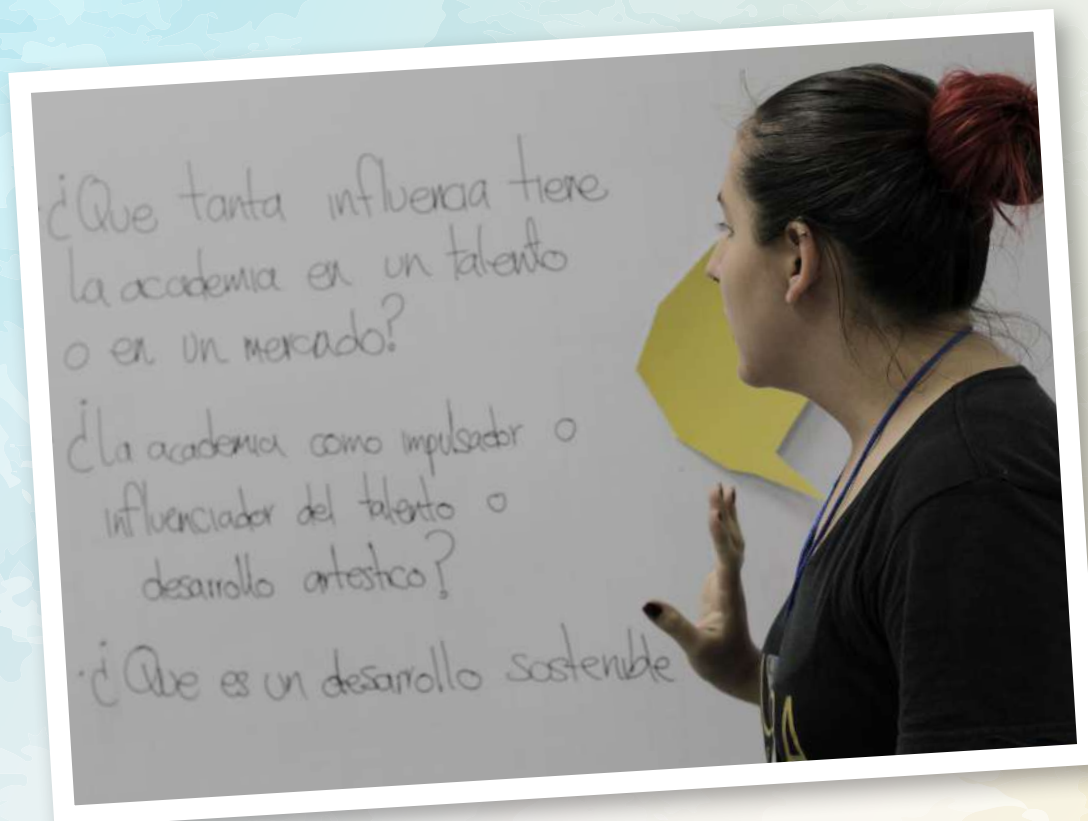
ACTIVIDAD I. PRESENTACIÓN

Durante la presentación de los participantes internacionales y nacionales, se estableció un marco base sobre el tema y metodológicamente se identificaron los conceptos alrededor de la economía creativa y de la cultura.

Para el caso de Cali- Colombia se contó con la intervención de cerca de 20 participantes e invitados quienes tuvieron la oportunidad de presentarse y compartir sus ideas y conocimientos. A partir de estas exposiciones se identificaron y recopilamos los siguientes 50 conceptos que se convirtieron en la base para la segunda actividad de *Conexión*:

Futuro, Cultura, Metas, Recursos, Sociedad civil, Liderazgo, Desarrollo social, Nueva economía, Curva

de aprendizaje, Mercados locales, Europa creativa, Articulación, Identidad competitiva, Homogenización, Academia, Plan de acción, Desarrollo sostenible, Capital humano, Crecimiento económico, Fomentar alianzas, Emprendimiento cultural, Emprendimiento creativo, Sociedad civil, Financiamiento, Creación de redes, Diversidad cultural, Políticas culturales, Emprendimiento dinámico, Indicadores, Diálogos, Promoción al emprendimiento, Diferenciación, Globalización, Innovación destructiva, Talento como materia prima, Multilaterales, Nuevas prácticas, Competir con estética, Perfil profesional creativo, Transformación social, Cambio social, Colaboración, Industria cultural y creativa, Apoyo público y privado, Pasión, Perseverancia, Paciencia, Profesionalización, Propósito común.



ACTIVIDAD 2. CONSTRUCCIÓN DE PREGUNTAS

Cada uno de los conceptos, después de haber sido impreso, se ubicó en una mesa donde los participantes pudieron escoger uno, y dirigirse a la mesa donde querían trabajar los temas mencionados (Políticas culturales, Responsabilidad de la Academia, Rol del emprendedor, Enfoque social y comunitario). Cada mesa contaba con un máximo de 10 participantes y con un monitor que hacía parte de los invitados de LC.

Durante el diálogo en cada mesa, cada concepto permitió la construcción de definiciones comunes que sirvieron de base para generar las preguntas a trabajar en el tercer momento.

2.1.2. ACCIÓN

ACTIVIDAD 1: CAFÉ DE TRABAJO ALREDEDOR DE PREGUNTAS IDENTIFICADAS

Cada mesa estableció las preguntas relevantes para discutir formas de avanzar a nivel local y regional,

y con estas preguntas se organizaron las mesas de manera que pudieran rotar los participantes y hacer sus respectivas contribuciones alrededor de las dinámicas del “Café de trabajo”. En cada café había un anfitrión que explicaba la pregunta y tomaba nota de las ideas y argumentos que se planteaban como respuestas. Cada 20 minutos terminaba un grupo y rotaba a otros cafés para seguir trabajando en las otras preguntas del mismo tema, presente o pasado.

Al final de este ejercicio se logró enriquecer los puntos de vista y lograr un consenso en las respuestas.

ACTIVIDAD 2: PLANES DE ACCIÓN

Después de obtener las preguntas y respuestas en las actividades anteriores, se analizó la manera en la que esas respuestas podrían convertirse en acciones, y se orientó a los participantes a que trabajaran en la construcción de planes de acción simples, determinando hasta cuatro objetivos y hasta tres actividades para cada una de las soluciones planteadas.

ACTIVIDAD 3. SOCIALIZACIÓN

Al finalizar este trabajo se llevó a cabo una plenaria con todos los grupos donde los participantes realizaron sus presentaciones alrededor de las problemáticas, soluciones y acciones encontradas de los cuatro temas.

2.1.3 EXPOSICIÓN

1. En el tercer día se desarrolló un panel por cada tema planteado: políticas públicas
2. La responsabilidad de la Academia frente al tema
3. El rol del actor cultural y creativo
4. Enfoque social y comunitario

Estos paneles estaban compuestos por invitados internacionales, nacionales y locales que compartieron las experiencias y conclusiones de los días previos de trabajo. En el caso de los panelistas que no pudieron participar en las primeras dos etapas, sus presentaciones aportaron nuevos puntos de vista y expusieron las acciones que desarrollan actualmente dentro de sus roles; además en las sesiones de preguntas, los participantes de los diálogos pudieron suscitar las preguntas identificadas y las ideas que se desarrollaron durante las mesas de trabajo.





2.2 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LOS TRES DÍAS DE DIÁLOGOS

Como resultado de estas jornadas se generaron los siguientes contenidos de cada uno de los cuatro temas definidos:

2.2.1 POLÍTICAS PÚBLICAS (MESA 1).

DÍA 1: CONEXIÓN

La sesión en la mesa de trabajo se desarrolló en cuatro momentos: trabajos por subgrupos, socialización de preguntas construidas en los subgrupos, discusión grupal en torno a las preguntas, intervención de un invitado experto en políticas públicas y elección de las preguntas principales de la mesa.

Inicialmente, cada subgrupo debía pensar varias preguntas que agruparan los conceptos que llamaron la atención de cada participante de la mesa. Luego de que los participantes debatieran tales preguntas, se pasó a socializarlas a todo el grupo que conformaba la mesa de trabajo. Una integrante de la mesa de trabajo lideró este cambio, de momento, pidiéndole a los demás grupos que presentaran las preguntas que elaboraron con los conceptos que el grupo tenía y explicaran brevemente la razón por la cual escogieron esas preguntas o a qué respondían. El primer grupo que expuso construyó la siguiente pregunta: ¿Cómo las políticas públicas van a proteger el emprendimiento creativo, estimulando el crecimiento económico para la creación de nuevas economías y la expansión de mercados locales limitados? Además el grupo menciona que muchos emprendimientos locales se quedan a mitad de camino por falta de posibilidades para competir con marcas establecidas, multinacionales, marcas extranjeras y mejor posicionadas; resaltando que las políticas públicas tienen el reto de brindar una protección hacia los emprendimientos nacionales que buscan el mismo desarrollo nacional.





Otra de las preguntas fue ¿El plan de acción de las políticas públicas para el emprendimiento creativo y crecimiento económico debería estar encaminado a la educación de los niños que son los nuevos consumidores (enseñar a consumir los productos locales)? En relación al tema el grupo retoma una idea de un ponente de la sesión y analiza que hay que pensar cómo generar apropiación en los futuros consumidores e impulsores de las producciones locales o nacionales que son los niños.

Otro de los grupos expone las siguientes preguntas:

- 1) ¿De qué forma las políticas públicas pueden garantizar la estabilidad laboral de un profesional con un perfil creativo?
- 2) ¿Qué políticas públicas son necesarias para desarrollar el liderazgo de los perfiles profesionales creativos?
- 3) ¿Cómo aportan las políticas públicas al desarrollo sostenible de la cultura?

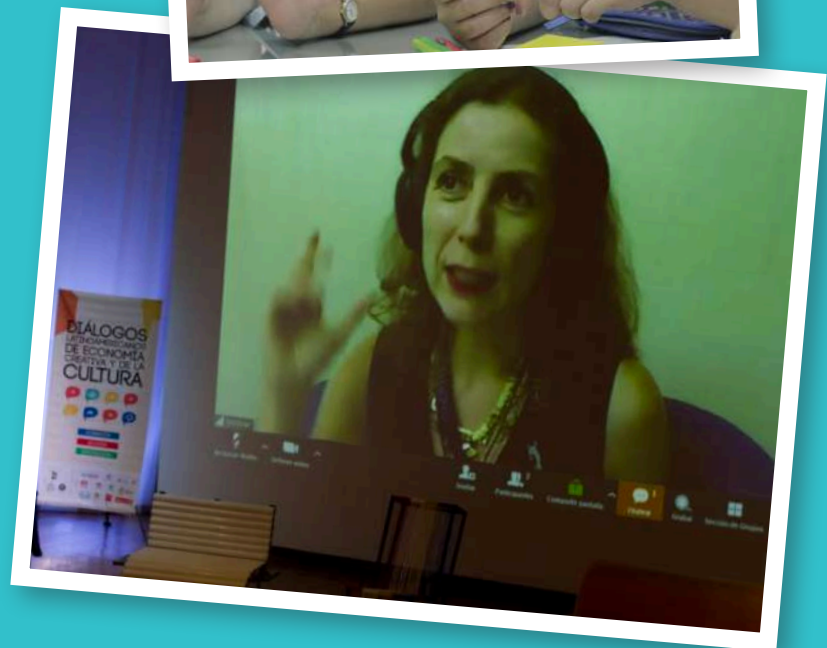
En torno a las preguntas el grupo presentó las siguientes reflexiones: Las convocatorias o proyectos de gestión cultural, en ocasiones, presentan falencias como que sólo ciertos grupos selectos o élites tienen accesos a éstos.

Se menciona que no hay políticas públicas que fomenten la estabilidad laboral de los creativos y se preguntaban cómo el gobierno puede garantizar que personas del campo creativo tengan un pago justo por su trabajo. Para el grupo, no hay regulación del Estado en cuanto al pago justo de los trabajadores que conforman el sector cultural. Asimismo, el grupo puntualizó que al momento de formular la segunda pregunta, se estaba reflexionando que al aplicar a proyectos o convocatorias el candidato debe tener una trayectoria relevante o un contacto en el sector; por lo tanto, se debería pensar en una estrategia por medio de la cual las políticas públicas ayuden a los mismos emprendedores a aplicar a estas convocatorias y que éstas tengan una mayor y mejor divulgación. Por último, se resaltó la necesidad de formación en liderazgo para las personas del ámbito cultural.

El tercer grupo formuló las siguientes preguntas:

- 1) ¿Cómo fortalecer la transformación social a través de la curva de aprendizaje enunciada en emprendimientos culturales?
- 2) ¿Cómo desarrollar la diversidad cultural con equidad económica apoyando al mercado local para lograr una transformación social?
- 3) ¿Cómo el gobierno nacional regional y local puede apoyar equitativamente con medios económicos, de aprendizaje, infraestructura - entre otros - las diversas expresiones culturales para lograr una transformación social con una curva de aprendizaje de emprendimiento, empoderamiento y apropiación sostenible?

Los participantes llegaron a la conclusión de que es necesario promover una repartición equitativa a nivel local de los recursos en todas las expresiones artísticas y no sólo a una en especial. En cuanto a la tercera pregunta, se propone que el gobierno apoye y fortalezca la divulgación, el aprendizaje, la realización de foros, y la infraestructura, con el fin de fomentar la colaboración entre las empresas y el sector público y permitir que los actores culturales tengan más oportunidades de desarrollar sus propuestas, crear empresa y empoderarse.





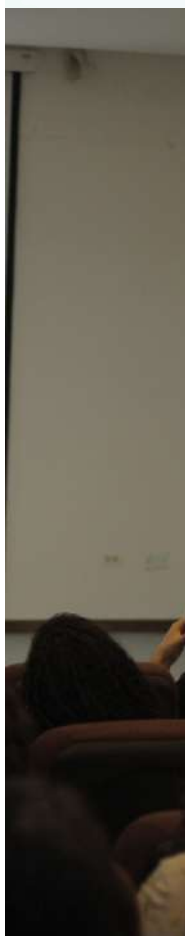
El cuarto grupo propuso la siguiente pregunta: ¿Cómo reorientar las políticas públicas para posibilitar el desarrollo de los mercados locales en un mundo de diversidad cultural? Aunque se reconoce que hay políticas públicas favorables para el sector cultural, ¿Cómo saber si las políticas responden realmente a los mercados locales en un marco de diversidad cultural que proteja la diversidad artística y la identidad estética? También, se plantea el problema de los grandes y pequeños poderes, por lo que se deberían revisar los diferentes niveles de cada sector del ámbito cultural para proponer políticas públicas más acordes a cada nivel.

La líder, integrante de la mesa de trabajo, dio inicio al momento de la discusión en torno a las preguntas previamente señaladas. En general, se discutió sobre los problemas de educación y participación política que aquejan al sector cultural y los retos o

dificultades que plantea la diversidad cultural en la construcción de políticas públicas.

En concreto, se discutió en torno al desconocimiento de las leyes, políticas públicas, funcionamiento del Estado y de gestión política que caracteriza a las personas de la sociedad civil y en especial la de los actores culturales o que fomentan la cultura. Asimismo, se señaló la dificultad que tienen las personas en general para comprender y entender los documentos de política pública que se gestan debido a su lenguaje técnico. Frente al tema, se propuso la implementación de formatos más simples y claros y la utilización de medios de difusión más cercanos y atractivos al público.

Por último, se reconoció la brecha que existe entre la construcción de lineamientos de política pública y los actores culturales y creativos. De ahí la importancia de empoderarse de sus propias problemáti-



cas y entender las estrategias y mecanismos públicos que pueden contribuir a solucionarlas.

Dentro de algunos problemas que aquejan al sector cultural, se encuentran los casos de ciertas políticas que no se ejecutan satisfactoriamente, como por ejemplo, el Plan Decenal de Cultura o la Ley del Teatro, etc.

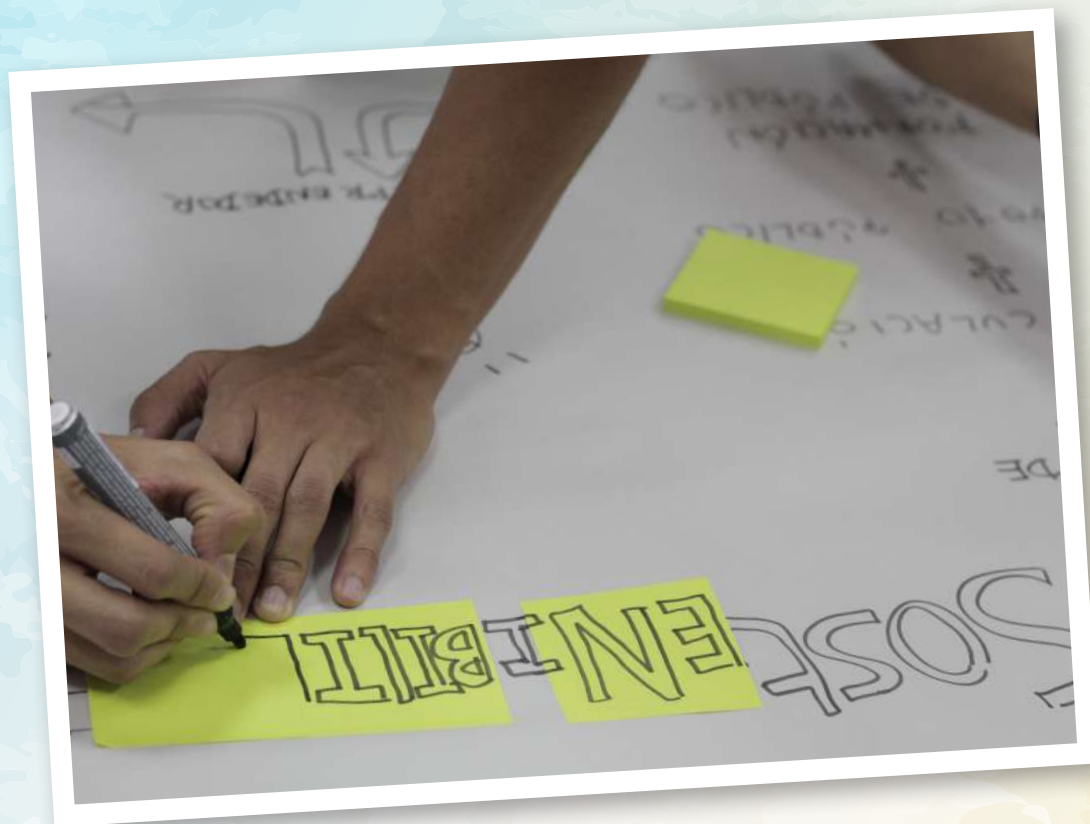
Del mismo modo, la falta de empoderamiento de los actores del sector cultural hace que ellos no se agremien para construir planes o políticas públicas que los favorezcan. Esto ha generado una disgregación dentro del sector cultural que impide que se realicen esfuerzos mancomunados para la creación de políticas eficientes para el sector.

Por otro lado, la mesa consideró que es importante pensar en una formación política desde la escuela que favorezca el entendimiento de las políticas, le-

yes, deberes y derechos, así como el empoderamiento político y de liderazgo.

En relación al tema de la diversidad de expresiones artísticas o culturales en el mercado, se discutió que uno de los retos para el Estado, es que se establezcan políticas diferenciadas de acuerdo a cada sector cultural, de tal manera que se generen las mismas oportunidades para todos. También se resalta la importancia de apoyar las diferentes manifestaciones artísticas o culturales y no sólo a algunas específicas, como en el caso de Cali con la salsa, de tal forma que no existan grandes beneficiados por las políticas, y grandes desamparados o sectores en desventaja.

Contemplando las diferentes mesas de trabajo se concluye esta jornada con la formulación de las siguientes preguntas, que serían la base de trabajo para el segundo eje (Acción):



1. ¿Cómo las políticas públicas van a proteger el emprendimiento creativo, estimulando el crecimiento económico para la creación de nuevas economías y la expansión de mercados locales limitados?
2. ¿De qué forma las políticas públicas pueden garantizar la estabilidad laboral de un profesional con perfil creativo? ¿Qué políticas públicas son necesarias para desarrollar el liderazgo de los perfiles profesionales creativos?
3. ¿Cómo reorientar las políticas públicas para posibilitar el desarrollo de los mercados locales en un marco de diversidad cultural?
4. ¿Cómo facilitar el entendimiento, apropiación y formulación de políticas públicas por parte de la sociedad civil/sector cultura?

DÍA 2: ACCIÓN

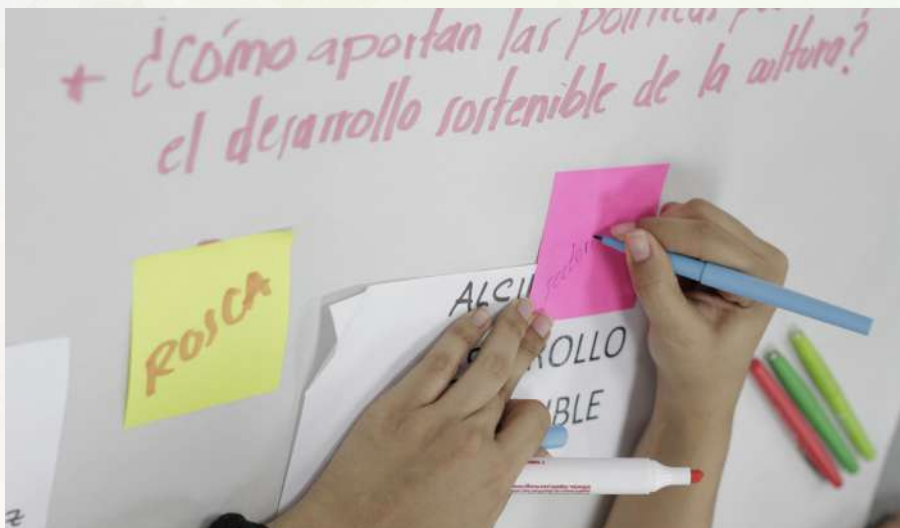
Dando continuidad a la metodología de trabajo, se da inicio a la primera parte del segundo eje, en el cual se abordan las preguntas formuladas por los grupos que abordaron este tema.

Pregunta 1: ¿De qué forma las políticas públicas pueden garantizar la estabilidad laboral de un profesional con perfil creativo? ¿Cuáles son necesarias para desarrollar el liderazgo de estos profesionales?

- Es necesario aclarar primero conceptos que no son claros. Se debe definir qué es un profesional en artes o con perfil creativo o, incluso, qué es el mismo sector cultural. Por otro lado, se hace la aclaración de que el problema de la estabilidad laboral no sólo afecta al artista, sino a una amplia gama de profesionales actualmente.

- Hay problemas que dificultan la exigencia y construcción de políticas que beneficien al sector, como una hipotética regulación del valor del trabajo del artista, la cual es incierta hasta el momento. Se menciona que hay un problema de desorganización muy amplio en el sector cultural y creativo sumado a divisiones dentro del mismo sector. Frente al problema de la falta de organización de parte del sector cultural se dice que sería recomendable tomar el ejemplo de las organizaciones indígenas, que sí han





sabido unirse para exigir políticas que vayan en su beneficio.

- Es necesario formar liderazgos desde el colegio para que los estudiantes sean propositivos a la hora de participar políticamente, en aras de exigirle al gobierno que se concreten medidas que los beneficien. La formación debe ayudar a conocer las leyes que regulan al sector y el lenguaje político, para que los actores del sector puedan participar y lograr que las políticas públicas beneficien realmente al sector cultural y creativo.

Pregunta 2: ¿Cómo reorientar las políticas públicas para facilitar el desarrollo de mercados locales en un marco de diversidad?

- La visibilización de la ciudad a partir de una sola manifestación artística, ocasiona que otras manifestaciones se queden atrás y cuenten con menos

recursos. Por lo tanto, se debe pensar en cómo lograr un equilibrio y un mejor manejo en cuanto a la distribución de los recursos.

- Es necesario que haya una mayor organización en los sectores, que promueva el liderazgo de los actores para que defiendan sus intereses y necesidades frente a las entidades pertinentes. Al respecto, se referencia que el sector de la música es el más organizado.

- Se debe impulsar un proceso de formación de públicos cualificados o sensibles al arte y cultura de la ciudad de Cali. La ciudad presenta una amplia oferta de programas de formación artística (academias, escuelas profesionales de música y de teatro, escuelas técnicas y fundaciones) que han logrado que el mercado tenga una gran oferta de profesionales en arte, pero aún hay un vacío en el consumo de sus



productos y servicios. Por lo tanto, es necesario fomentar la formación de públicos que sepan valorar y disfrutar la diversidad cultural de la ciudad.

- Las jornadas complementarias en arte en los colegios han ido generando un cambio positivo entre la comunidad y el arte y la cultura de Cali. Es importante que se promuevan políticas públicas que fortalezcan esta relación y el valor que se da a estos sectores.

- Si bien se dice que se deben generar mercados o demandas que se adecúen a las ofertas artísticas, una política orientada a formar mercados puede no ser efectiva. Los mercados ya existen, por lo que se debería buscar la manera de llegar adecuadamente a estos mercados. Bajo este marco se deben plantear cuestionamientos como ¿Realmente la oferta que doy como actor cultural es la que está necesitando el mercado local en el que me encuentro? ¿El pro-

blema es la falta de público o, más bien, el producto cultural que se está ofreciendo al público? Tal vez, sería necesario reorientar las ofertas en función de lo que sea más interesante y atractivo para el público. Finalmente, es importante que desde el sector cultural se piensen si hay que reorientar la oferta en función de la demanda o reorientar la demanda en función de la oferta.

- Otro problema del sector cultural y artístico es que algunos eventos pequeños son medidos o regulados bajo los mismos parámetros que eventos más grandes y mejor posicionados. Es decir, los eventos artísticos, independientemente de su magnitud o tamaño, son regulados bajo los mismos requisitos y normas, lo cual no favorece a aquellos que no tienen suficiente posicionamiento en el mercado. Para solucionar lo anterior, se plantea la opción de hacer diagramas o cuadros comparativos que permitan entender por sector, evento, tipo de público cuáles



son las necesidades particulares de cada evento y cómo las políticas pueden responder adecuadamente a las necesidades de cada sector.

Pregunta 3: ¿Cómo facilitar el entendimiento, apropiación y formulación de las políticas públicas por parte de la sociedad civil y el sector cultural?

Se establece que para saber si es necesario reorientar o no las políticas públicas es indispensable primero tener acceso a espacios donde se les explique al sector creativo y cultural las políticas. Es deber de todos los actores interesarse por conocer y entender las leyes que regulan su campo para saber si los benefician o no.

- Existe una brecha o separación entre el Gobierno o el Estado y la sociedad civil. Las personas no se enteran de las políticas que las afectan, ni el Gobier-

no escucha o atiende las necesidades de la sociedad civil. Por lo tanto, es vital buscar mecanismos que ayuden a cerrar tal brecha. Al respecto, la creación de espacios de formación política, por ejemplo, podría ayudar a que la sociedad civil, y dentro de ella el sector cultural y creativo, se empodere más y sepa qué beneficios tiene, qué mecanismos existen para dialogar con el Estado, qué derechos o deberes tiene, etc.

- La brecha es causada, entre otras razones, por el lenguaje difícil de entender de los documentos políticos y la escasa y rápida difusión de los mismos a la sociedad civil.

- Para formular una nueva política pública es indispensable la agremiación de los actores del sector creativo y cultural que trabajen mancomunadamente en y por las diferentes líneas artísticas. De esta forma se podría buscar apoyo en organismos, insti-

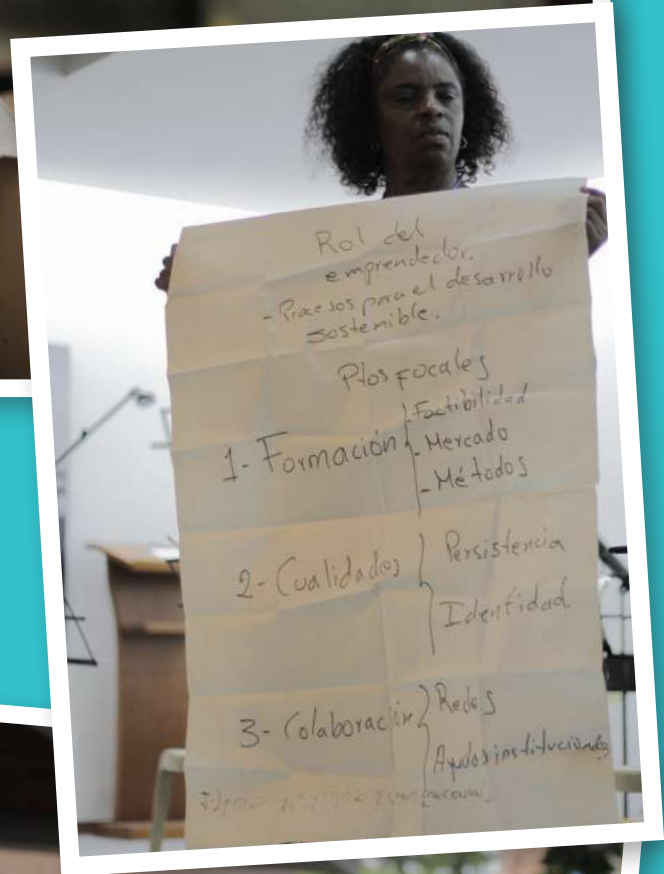
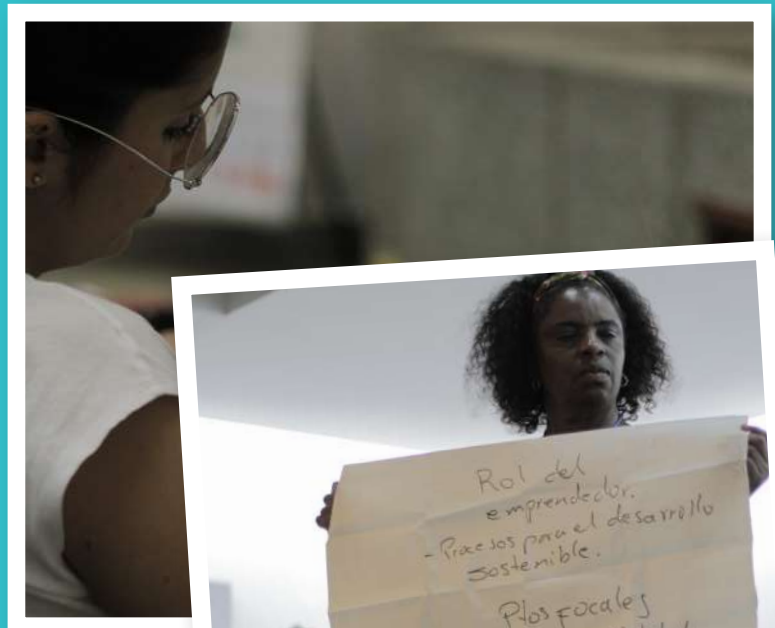
tuciones u organizaciones para la elaboración de las políticas públicas. No obstante, se analiza si en vez de hablar de agremiación es mejor hablar de comunidad.

DÍA 3: EXPOSICIÓN

En la mesa de políticas públicas se hizo un análisis de los problemas que veían los actores en sus respectivos sectores, sus necesidades, oportunidades y desafíos. A partir de esto se generaron una serie de preguntas, una búsqueda de alternativas de solución, las cuales iban orientadas a la generación de políticas y a las diferentes acciones requeridas para llevarlas a cabo.


Encontramos que ya existen muchas políticas que se están implementando, algunas están funcionando bien, pero también muchas de ellas presentan algunas brechas. Las recomendaciones fueron en línea de mejorar, replantear o hacer políticas más específicas, para que puedan llegar a más sectores.

Uno de los temas importantes es el de la asociatividad, debido a la falta de cohesión en todo el gremio de las industrias culturales y creativas, existen asociaciones de distintos tipos, pero no están integradas y por esta razón pierden fuerza para organizarse y darle más peso a sus propuestas.



Por otro lado, se identificó la necesidad de que los gobiernos locales transmitan con mayor claridad qué y cuáles son las políticas que benefician a estos sectores. En la mayoría de los casos la estructura y forma en la que se presentan las políticas no son claras, por lo que resulta pertinente la realización de formaciones y/o contenidos más sencillos e identificables para que la gente pueda acceder a ellos. También es una responsabilidad de la sociedad civil el comprometerse a ser más participativos y a colaborar con el estado. Se denotó la importancia de ser más proactivos desde ambos lados, porque existe una desconfianza entre lo que propone el Estado y cómo esto es recibido por parte de los actores culturales, y cómo los actores culturales establecen mejores relaciones que faciliten la interacción en diferentes procesos como los de formación, participación en convocatorias etc. Uno de los papeles del Estado es entrar a ser un facilitador de los procesos, generar un acercamiento con el sector y de manera conjunta poder abordar y desarrollar estrategias.

Las políticas públicas se generan desde la base y se implementan desde arriba, pero existe una brecha entre la población que manifiesta que las leyes no llegan o que no las logran entender, y por otro lado el Gobierno reitera que sí se ha realizado una difusión pertinente a través de los diferentes medios de comunicación. Esto nos invita a pensar en una sociedad civil que debe informarse y cerciorarse de conocer las políticas públicas y herramientas existentes para utilizarlas o para gestionar o proponer



cambios o mejoras. Hay una corresponsabilidad a la hora de aplicar las políticas públicas por parte del Gobierno y de la sociedad civil. La política pública es perfectible, es decir que puede ser perfeccionada.

Otro punto es que debe haber una mayor integración entre las mismas instituciones y los temas de cultura entre aquellas que aún no las han incluido en sus programas. Un ejemplo, son las Cámaras de Comercio que han venido integrando estos temas en sus programas. Para contribuir al desarrollo del sistema de industrias culturales, se deben abordar aquellas instituciones que no han trabajado e integrado el tema, puesto que esto se convierte en una oportunidad financiera de gestión de políticas y de proyectos.

Otro cuestionamiento que surgió alrededor de esta temática es ¿Dentro de nuestros gobiernos latinoamericanos, desde dónde se está percibiendo la cultura? La cultura se debe contemplar como una política transversal, que garantice su importancia y apoyo desde diferentes frentes y sectores, de lo

LATINO
AMÉRICA
CREATIVA

contrario vamos a estar cautivos en una ausencia de recursos económicos, considerando también que el sector de la cultura es el más afectado en la región cuando se atraviesan crisis económicas.

Se menciona que en Cali hay un problema de asociatividad, que al parecer se relaciona con su idiosincrasia y está siendo abordado desde la Secretaría de Desarrollo a través del *Consejo Asesor para el desarrollo económico para Santiago de Cali*. En ese consejo se reúnen los actores que deben construir una política pública de una manera colectiva, que incluye la Academia, el Estado, la empresa y la sociedad civil. Cinco mesas técnicas entregan insumos para construir la política que va más allá de los cuatro años: Competitividad, ciencia, tecnología, Innovación; Cierre de brechas sociales; Inserción interna-

cional; Sostenibilidad y Empleo. Además, se destaca la importancia de pensar en Cali, como una ciudad región con el fin de concebir planes, programas y proyectos que permitan la articulación y colaboración con las otras ciudades. A partir de lo anterior surge una de las cuatro macro cadenas de valor, llamada industrias creativas y de la experiencia, que se convierte en una oportunidad para el desarrollo de la economía creativa y de la cultura, y su éxito dependerá de una participación activa de los diferentes actores.



2.2.3 EL ROL DE LA ACADEMIA (MESA 2).

La mesa sobre el *rol de la Academia* tuvo como objetivo principal identificar estrategias y acciones que permitan a las universidades tener un rol mucho más activo en el desarrollo de los ecosistemas de emprendimiento creativo en sus entornos. La mesa tuvo un grupo de trabajo de entre 15-30 personas durante las distintas sesiones de la metodología.

DÍA 1: CONEXIÓN

Durante la sesión del primer día de trabajo, los participantes formaron seis grupos de trabajo de aproximadamente 6-8 personas. Tomando como base los conceptos seleccionados por los participantes y discutidos durante las presentaciones de la mañana, cada grupo formuló preguntas que incluían sus preocupaciones, propuestas y aspiraciones a futuro, para posteriormente presentar y discutir las preguntas claves y recibir comentarios del resto de los participantes. En términos generales, las discusiones se resumen en los siguientes temas o preguntas:

- ¿Cómo manejar los retos de la instrumentalización constante del arte?
- ¿Cómo balancear el valor del arte con los intereses económicos?
- ¿Cómo abordar el tema de emprendimiento cultural en términos de materiales educativos y programas de formación?
- ¿Cómo preparamos a los estudiantes de arte y profesiones creativas para el mercado laboral actual?
- ¿Cuáles son las competencias que deben desarrollar los estudiantes de arte y profesiones creativas?
- ¿Qué definición adoptamos sobre emprendimiento cultural o creativo?
- ¿Cómo enseñamos a los estudiantes a llevar sus productos creativos al mercado?
- ¿Cuál es la incidencia que quiere tener la Academia en las políticas culturales?
- ¿Cómo desde la Academia asumimos la responsabilidad sobre el crecimiento en la contribución del PIB de las industrias creativas a través del desarrollo del capital humano?





DÍA 2: ACCIÓN

A partir de estas preguntas se identificaron dos ejes principales dentro del tema de Academia: el componente de formación para la economía creativa y el rol de las universidades en las políticas culturales. Con el fin de facilitar la discusión del segundo día, se agruparon las discusiones en cuatro preguntas (dos por eje).

FORMACIÓN

- ¿Cuáles son las competencias que debe desarrollar la Academia para formar a un profesional de las artes y la cultura con los retos y oportunidades de la economía creativa? (Curricular)
- ¿Cuáles son las experiencias (co-curriculares) que debe desarrollar la Academia para el desarrollo de los artistas y profesionales de la cultura?

Políticas públicas para la economía cultural y creativa

1. ¿Cuál debe ser el rol de la Academia en el desarrollo de las políticas públicas relacionadas a la economía creativa?

2. ¿Cuál debe ser el rol de la Academia en las políticas culturales (arte, expresiones culturales, instrumentalización, etc.)?

PLAN DE ACCIÓN:

Durante la tarde del segundo día de trabajo, los grupos se organizaron para identificar proyectos específicos que adelantaran los retos establecidos en la mañana. La estructura incluía establecer un objetivo, definir una serie de actividades que atendieran el objetivo y desarrollar indicadores de impacto. A continuación, se presentan las iniciativas presentadas por el grupo.

Objetivo 1: Caracterizar la economía cultural y creativa.

a. Acciones

- i. Revisar y conocer currículos y contenidos ya creados.
- ii. Levantar información de los empresarios y egresados sobre técnicas y habilidades blandas para las industrias creativas.



iii. Observatorio de tendencias (oferta, demanda y circuitos socioeconómicos).

iv. Divulgación – Conversatorios en universidades, etc.

b. Indicadores

i. Informes semestrales

ii. Proyectos de investigación

ii. Informes técnicos

iv. Número de conversatorios

v. Contenido audiovisual

Objetivo 2: Desarrollar un curso básico y abierto de emprendimiento creativo diseñado desde la experiencia de múltiples universidades

i. Acciones

ii. Crear equipo coordinador

iii. Revisión de contenidos existentes

iv. Plan de trabajo

v. Producción del curso

vi. Indicadores

Objetivo 3: Creación de un modelo de apoyo a emprendedores culturales y creativos desde los centros (o viveros) de las universidades.

i. Acciones

ii. Desarrollo de perfiles de los centros de apoyo existentes en las universidades involucradas en este esfuerzo

iii. Creación de un sistema de indicadores

iv. Proceso de evaluación y aprendizaje colectivo anual

v Indicadores

.Quedó pendiente la redacción de indicadores puesto que están atados a las acciones establecidas

Objetivo 4: Creación de una estrategia de contenido audiovisual sobre emprendedores culturales y creativos en Latinoamérica

i. Acciones

ii. Guía de preguntas y definición de actores de interés

iii. Definición de metodología de documentación y publicación

iv. Integración de actividades de documentación a cursos existentes

v. Plan logístico

vi. Indicadores

. Quedó pendiente la redacción de indicadores puesto que están atados a las acciones establecidas

Objetivo 5: Crear un campamento anual para actores de las industrias culturales y creativas

*Esta idea surgió al final de la sesión. Se decidió añadirla, aunque no se identificaron acciones ni indicadores de evaluación.



DÍA 3: EXPOSICIÓN

Durante el tercer día se celebró un panel sobre el tema de la Academia. Dicho panel estuvo moderado por Carlos Dussán Gómez de la Universidad Javeriana y contó con la participación del Dr. Javier Hernández de la Universidad del Sagrado Corazón, el Dr. Felipe César Londoño, rector de la Universidad de Caldas, el Dr. Luis Fernando Aguado Quintero de la Universidad Javeriana, Margarita Ariza del Instituto Departamental de Bellas Artes y Luis Miguel Álvarez de la Universidad ICESI. Después de presentar un resumen de las iniciativas discutidas durante los primeros dos días, cada uno de los participantes del panel expuso algunas ideas iniciales. Por ejemplo, el rector Londoño compartió la experiencia de la Universidad de Caldas y el apoyo a las industrias creativas del eje cafetalero a través de la iniciativa ClusterLab. Por su parte, el Dr. Aguado resumió algunas de las iniciativas de investigación que trabaja sobre el tema de economía y cultura, enfocándose en el tema de protección cultural y el consumo. El Dr. Javier Hernández discutió la importancia de repensar el perfil del profesional creativo

y las competencias que debe desarrollar como creador, emprendedor, conector y agente transformador. La decana Margarita Ariza trajo a la discusión la importancia de reflexionar sobre la naturaleza del trabajo artístico y las dinámicas de creación y producción cultural. También habló de la importancia de promover la interdisciplinariedad y de mirar modelos de economía solidaria más allá de las dinámicas de mercado tradicionales. Luis Miguel Álvarez comparte las experiencias del Centro de Industrias Culturales y Creativas de la Universidad ICESI y resalta la importancia de la interdisciplinariedad para el desarrollo de las empresas culturales y creativas y de fomentarlas desde la Academia.

Este panel situó su reflexión alrededor de diferentes puntos: ¿Qué es lo que concierne a la Academia? La actividad de la docencia: contenidos, competencias, relaciones, procesos, “currículo oculto”; La investigación: pensar, conceptualizar, establecer el estado de las cosas, crear procesos formativos, generar apropiación social del conocimiento, conectar con la comunidad, proyección social.



Desde esta perspectiva la responsabilidad de la Academia se sitúa en:

1. Pensar de manera permanente cuál es la naturaleza de las prácticas artísticas y en esta medida sus procesos, alcances y su incidencia en el contexto en el que se desarrollan. Desde esta perspectiva cuáles son los diferentes escenarios de participación. (perfiles-sectores y empleabilidad, autogestión, circulación, impacto en comunidades o sectores)
2. Procesos de reflexión en diferentes esferas sobre las dinámicas de creación y circulación de la producción cultural.
3. Pensar de manera constante, (dado que la creación está en permanente cambio y movimiento) cuáles son los tipos de participación en la economía creativa.
4. Establecer cuáles son las necesidades de formación en un enfoque interdisciplinar (contenidos-competencias-principios, la participación en los procesos que implican cambios en políticas-relaciones-procesos- “currículo oculto”-valorar todos los perfiles por igual) en el ámbito de la creación (en sus diferentes modalidades), respecto de la realidad de la práctica artística, cultural y pedagógica.
5. Ofrecer herramientas y procesos formativos que permitan a los creadores una práctica potente y efectiva, así como la posibilidad de incorporarse en los diferentes procesos de circulación.
6. Crear cuerpos teóricos desde la práctica que funcionen como documentos de soporte y referencia a los decisores de política pública.
7. Propiciar el contacto, la construcción de redes y las alianzas para el trabajo colaborativo que

puedan fortalecer los procesos de formación y circulación.

8. Propiciar transformaciones en los currículos y dinámicas que permitan que la actividad académica esté en sintonía con la realidad de la práctica artística, cultural de su momento histórico y de las necesidades propias de su contexto.

Aspectos importantes que surgen de la reflexión:

- Dinámicas de mercado y rentabilidad o procesos de economía solidaria que requieren la autogestión.
- ¿Función estética? ¿Función política?
- Hecho artístico no necesariamente como producto de mercado y por otra parte como anticipación a su momento histórico.
- Espíritu de colectividad: trabajo en equipo, sentido colectivo.

Los diálogos alrededor de este tema invitan a una discusión amplia entre las realidades de los procesos de formación, investigación, creación de públicos y la responsabilidad de promover escenarios para el desarrollo profesional de sus egresados actuales y las nuevas perspectivas que debe contemplar la Academia en relación al desarrollo de la economía creativa y de la cultura.

También es pertinente analizar las relaciones entre lo artístico y la creación como procesos de emprendimiento que repercutirá en cambios en los currículos y las prácticas docentes e investigativas, llevándonos a pensar y a crear soluciones a nuevos comportamientos.



2.2.4 ROL DEL EMPRENDEDOR CREATIVO Y CULTURAL (MESA 3)

DÍA 1: CONEXIÓN

Durante el primer día la mesa sobre el Rol del Emprendedor Creativo y Cultural tuvo como objetivo analizar y evaluar las acciones que se han realizado y las que aún deben realizarse por parte de estos actores, asumiendo su responsabilidad de liderar, crear e implementar alternativas de solución a sus problemáticas y desafíos. En la primera jornada surgieron las siguientes preguntas:

1. ¿Cómo lograr procesos para el desarrollo sostenible de los emprendedores creativos?
2. ¿Cómo empoderar a un actor cultural creativo para alcanzar objetivos?

3. ¿Cómo se construye una red colaborativa de emprendedores creativos que permita la articulación de los distintos sectores?

DÍA 2: ACCIÓN

En el segundo día los participantes abordaron las tres preguntas formuladas durante la primera sesión, con el objetivo de proponer soluciones al respecto.

A continuación, los participantes aportaron algunos comentarios y respuestas alrededor de las preguntas planteadas.

3. ¿Cómo lograr procesos para el desarrollo sostenible de los emprendedores creativos?

Se concluye que el capital no es lo principal. Las redes del creador permiten su sostenimiento; otras líneas a fortalecer son las de capital semilla y los procesos de acompañamiento empresarial constante.

También se discutió sobre la diferencia que existe entre ser emprendedor y ser empresario cultural y creativo, dado que se trata de fases distintas con re-



querimientos específicos de intervención y apoyo. Los emprendedores deben saber cuál es la factibilidad de su idea, conocer su contexto, la oferta y la demanda en el mercado y cuáles son los métodos que debe implementar para desarrollar su proyecto. Dentro de las cualidades y competencias se destacaron: la persistencia, la habilidad para la toma de decisiones, el pensamiento crítico y la comunicación asertiva. Por último, se resaltó que la sostenibilidad también depende de la creación de redes y la consecución de aliados institucionales por parte de los emprendedores.

PLAN DE ACCIÓN:

Para esta pregunta los participantes plantean tres objetivos con sus respectivas actividades.

Objetivo 1: Conformar una red de actores culturales locales.

Actividades

- Realizar un mapeo de los actores de la industria.
- Crear una plataforma online que reuna a los artistas, gestores y creativos.

Objetivo 2: Proponer procesos de colaboración entre los distintos sectores y actores.

Actividades

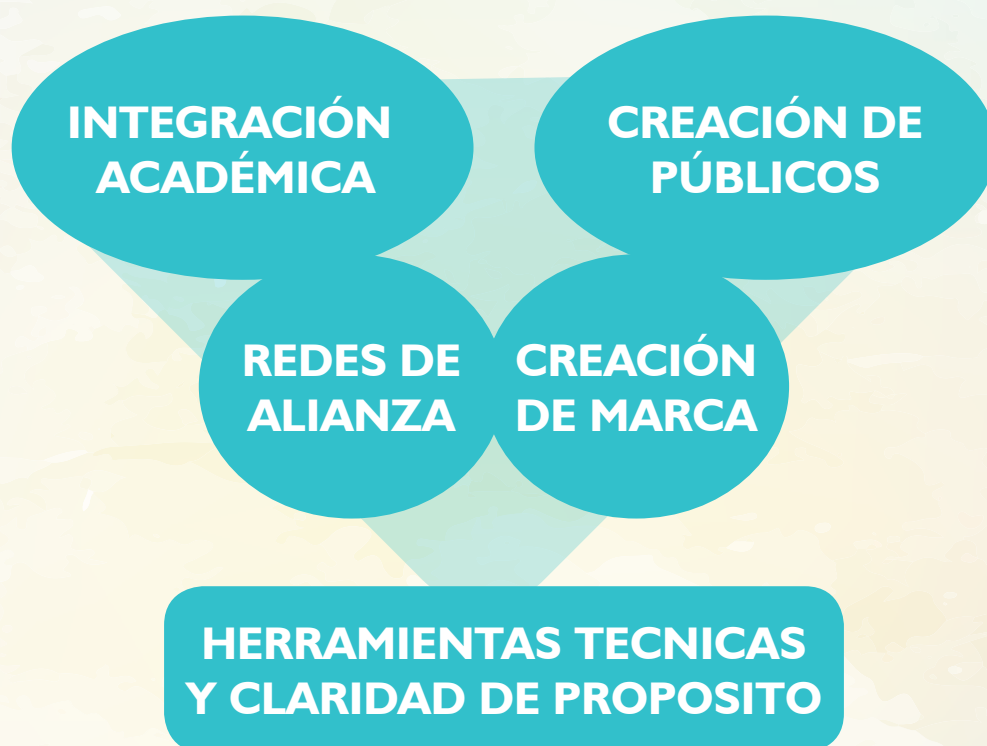
- Generar trueque o actividades colaborativas entre los actores.
- Segmentar según los intereses de los distintos actores y sectores.
- Vincular profesionales de otros sectores.

Objetivo 3: Destacar los trabajos de los diferentes actores de la red

Actividades:

- Reconocimiento a los emprendedores destacados.
- Posicionamiento en la red y en el entorno (ecosistema).

Video de intervención de emprendedores: <https://www.facebook.com/latinoamericacreativa/videos/701788100025671/>



3. ¿Cómo empoderar a un actor cultural creativo para alcanzar **sus objetivos**?

Algunas de las propuestas fueron: generar plataformas físicas y virtuales en la ciudad, que promuevan la integración, la creación de redes, el fortalecimiento de los eslabones de las cadenas de valor, la formación entre otros. Promover el liderazgo de estos actores en la ciudad, donde comprendan su entorno y las herramientas y rutas más apropiadas para avanzar y consolidar esta economía en la ciudad.

PLAN DE ACCIÓN

Objetivo: Potenciar habilidades del ser y desarrollar hábitos de emprendimiento cultural y creativo exitosos a través de procesos de formación.

Actividades:

- Identificar y diagnosticar a los actores culturales y creativos del sector y su entorno.

- Implementar procesos formativos pertinentes para el sector cultural con apoyo de la Academia.
- Articular bidireccionalmente la Academia (técnico) y los actores culturales (experiencia) en los procesos formativos.
- Convalidar saberes.

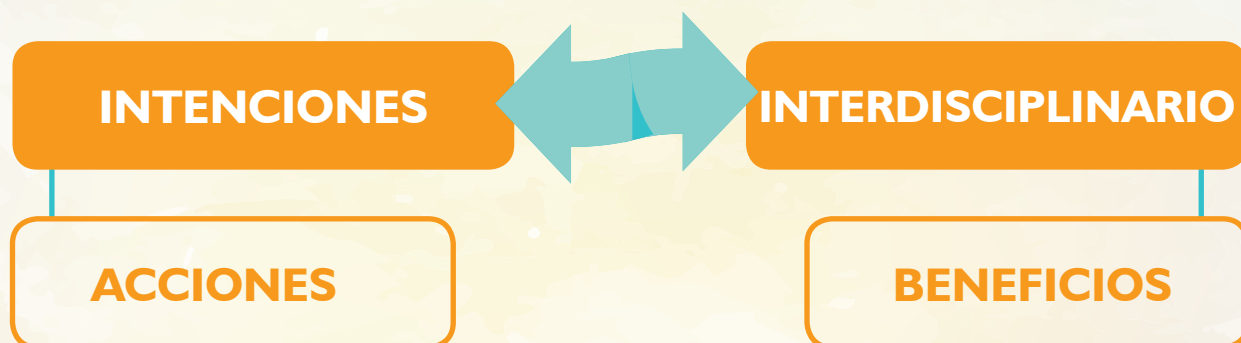
3. ¿Cómo se construye **una red colaborativa de emprendedores creativos que permita la articulación de los distintos sectores**?

Para construir una red es importante conocer la intención de sus actores, así como contar con participantes de diferentes disciplinas, de tal forma que se pueda determinar con claridad cuáles son las acciones y beneficios a nivel individual y colectivo.

PLAN DE ACCIÓN

En relación al tema se postularon los siguientes objetivos y actividades para la consolidación de una red en la ciudad:





Objetivo 1: Incentivar la asociatividad entre los distintos actores culturales y creativos.

Actividades:

1. Propiciar espacios de encuentro. Nuevos proyectos interdisciplinarios.
2. Incentivos público-privados para proyectos asociativos.
3. Crear plataformas colaborativas para el desarrollo de proyectos.
4. Mentorías que articulen proyectos.

Objetivo 2: Construir un modelo de formación asociativo para el emprendimiento.

Actividades:

1. Introducir herramientas transversales.
2. Formación enfocada en proyectos sostenibles para el éxito.

3. Agregar reconocimiento e inclusion de diversos saberes ancestrales.

4. Generar una memoria colectiva a través de repositorios.

Objetivo 3: Transformar el paradigma cultural de los valores.

Actividades:

1. Resignificar los valores culturales.
2. Incentivar el valor de reconocimiento y difusión de contenidos culturales, creativos y de sentido identitario.
3. Implementar Etnoeducacion desde la primera infancia.





DÍA 3: EXPOSICIÓN

Durante esta jornada se contó con la participación de emprendedores a nivel internacional y un invitado local que junto con la moderadora lograron hacer un resumen acerca de las diferentes discusiones de los días anteriores, esto articulado a sus experiencias de sus proyectos en cada uno de sus países.

Dentro de las conclusiones se pudo observar una fuerte tendencia en al menos dos aspectos: formación para el emprendimiento creativo, y la asociatividad entre emprendedores.

En relación al primer punto, se reiteró la necesidad de contar con una participación más activa por parte de la Academia en cuanto a las transferencias técnicas, investigación y el reconocimiento de la experiencia y su homologación.

Para el segundo, se evidenció la necesidad de una plataforma donde los emprendedores se reconozcan, colaboren entre ellos y trabajen en proyectos conjuntos para lograr un mayor impacto.

Se reiteró que el emprendimiento cultural y creativo contempla características diferentes al emprendimiento convencional y que es importante integrar de una manera respetuosa la creación (que aborda el arte, la identidad, el patrimonio) con la productividad y el desarrollo económico.

Por último, es importante mencionar que existe un pensamiento muy local, donde pocas veces existe una interacción con otros países de Latinoamérica, convirtiéndose en una oportunidad a explorar de otros mercados.



2.2.5 ENFOQUE SOCIAL Y COMUNITARIO DE LA ECONOMÍA CREATIVA Y DE LA CULTURA (MESA 4).

DÍA 1: CONEXIÓN

Actividades de presentación y desarrollo de redes que permiten conocer a los participantes, inquietudes y fortalezas, con el fin de facilitar la discusión entre ellos.

Dentro de los conceptos a analizar dentro de este enfoque se resaltaron los siguientes:

- Transformación social
- Cambio social
- Europa creativa
- Profesionalización
- Nueva economía
- Capital humano
- Industria creativa
- Desarrollo sostenible

Con base en los conceptos se formularon cuatro preguntas con el objetivo de identificar las principales problemáticas de este enfoque:

1. ¿Cómo la Economía Creativa y de la Cultura puede generar un crecimiento y desarrollo económico y al mismo tiempo garantizar un enfoque social y comunitario?
2. ¿Qué clase de instrumentos debe implementar la Economía Creativa y de la Cultura con enfoque social y comunitario?
3. ¿Cómo generamos procesos de empoderamiento, continuidad, y viabilización en las comunidades para que promuevan o creen una Economía Creativa y de la Cultura con enfoque social?
4. ¿Qué riesgos puede traer la Economía Creativa y de la Cultura en los procesos comunitarios, sociales, políticos, y sobre el propio gremio?



DÍA 2: ACCIÓN

La dinámica de la mañana propició que todos los participantes rotaran por cada una de las cuatro preguntas para compartir sus reflexiones. Cada pregunta estuvo a cargo de un moderador, y los demás participantes fueron rotando por cada uno de los cuatro subgrupos.

A continuación, las conclusiones de las cuatro preguntas:

1. ¿Cómo la Economía Creativa y de la Cultura puede generar un crecimiento y desarrollo económico y al mismo tiempo garantizar un enfoque social y comunitario?

La economía creativa y de la cultura tiene un impacto socioeconómico que generalmente aborda el territorio y la identidad, sin embargo, se considera pertinente esbozar rutas de implementación más claras, en donde se potencien los resultados tanto en términos económicos como sociales. Se resaltó la importancia de contar con la participación de un equipo interdisciplinar para pensar y contribuir des-

de diferentes ópticas y conocimientos al desarrollo de esta economía. El enfoque ético y la sensibilidad social deberán ser características transversales en todos los procesos, así como el respeto por las creencias y la cultura de las comunidades. Finalmente, se habló del principio de curiosidad e interés por conocer al otro, de buscar una aproximación horizontal donde el conocimiento sea aportado por ambas partes.

De acuerdo a lo anterior, se identificó la necesidad de un grupo interdisciplinar de mediadores, el cual debía plantearse como una red interconectada en la que no haya jerarquía, sino una participación equitativa. Posteriormente, siguiendo el desarrollo de la pregunta, se encontró que los mecanismos de facilitadores ya existen (ej. Procolombia), pero las comunidades no los conocen; se habla de generar un pensamiento de flujo de conocimiento y de generosidad del mismo, en varios sentidos, uno de ellos es que las comunidades que ya hayan hecho uso de estos mecanismos, habiéndose visto beneficiados, compartan a otros la existencia de los mismos.



2. ¿Qué clase de instrumentos debe implementar la Economía Creativa y de la Cultura con enfoque social y comunitario?

Se identificó que la extrapolación de indicadores externos a la realidad latinoamericana, es un ejercicio distorsionador: América Latina requiere de un profundo conocimiento de sus miles de matices, para poder crear instrumentos eficaces y efectivos que respondan a su realidad.

El ejemplo más tangible es la creación de un marco legal específico para las industrias creativas y culturales, que debe ser desarrollado de la mano de los diferentes actores del panorama artístico y cultural.

3. ¿Cómo generamos procesos de empoderamiento, continuidad, **y viabilización en las comunidades para que promuevan o creen una Economía Creativa y de la Cultura con enfoque social?**

Partiendo que el empoderamiento es que las comunidades tengan una acción y crean en lo que se está haciendo, se plantea:

- Conocer la comunidad, no sólo fuentes escritas sino con personas de la comunidad sus historias.
- Mesas de diálogo donde se involucre la comunidad para generarles confianza. Al involucrar a las comunidades en los proyectos existe una mayor probabilidad de que estas tengan una mayor comprensión, apropiación y empoderamiento de los procesos culturales y creativos; de esta manera la comunidad se convierte en parte activa y promotora.
- Gestionar procesos de aprendizaje entre los diferentes sectores involucrados.
- Generar planes de acción con enfoque crítico sobre el modelo económico EC como modelos alternativos no lineales.
- Promoviendo el interés por conocer a fondo a la

comunidad, incluidos los propios protagonistas, aproximándose a través de entrevistas y mesas de diálogo.

- Gestionando los procesos de aprendizaje bidireccional, así como dinámicas con enfoque crítico que ayude a cuestionar y perfeccionar el modelo a aplicar en cada proyecto.
- Propiciando el establecimiento de alianzas con el sector público, entidades privadas, ONG y la Academia.
- Generar proyectos y programas con un tiempo (corto, mediano o largo plazo).

4. ¿Qué riesgos puede traer la Economía Creativa y de la Cultura en los procesos comunitarios, sociales, políticos, y sobre el propio gremio?

Se resalta que, hay un problema comunicativo entre las comunidades y otros organismos, en los que algo recurrente es que les venden necesidades falsas a las comunidades para generar interés en comercializar sus productos en grande.

- Que en la implementación de la Economía Creativa no existan políticas que tengan un enfoque social.
- Mercantilización extrema que desvirtúe de su tradición original el producto que se comercializa.
- Que la red se convierta en un eje centralizado.
- Que la Economía Creativa siga contemplando a la cultura como una externalidad negativa.
- La gentrificación de las comunidades vulnerables.
- Que no promueva la diversidad.
- Que se centralice el conocimiento sobre la Economía Creativa.



- La falta de autonomía y dependencia del subsidio, es decir que no se realice el proceso de empoderamiento de la comunidad.
- Puede romper algunas dinámicas o tradiciones propias de las comunidades, (ej. Indígenas).
- La generación de puestos de trabajo que no garantizan seguridad social y médica. (ej. en Chile existe un manual de práctica laboral de protección del artista).

De las diferentes intervenciones que propiciaron el cumplimiento del objetivo de llegar a la formulación de los cuatro cuestionamientos, surgió una primera reflexión, y es que el primer reto se encontraba en la identificación de las zonas de convergencia entre conceptos fundamentales, aparentemente polarizados: por un lado la economía entendida como herramienta netamente racional, articuladora de la viabilidad, la optimización, la rentabilidad, los mercados, la globalización; al otro extremo, la creatividad, la producción artística y artesana, que se alinea finalmente con el componente del contexto cultural

latinoamericano, donde no concebimos lo cultural disociado de los procesos comunitarios, la identidad y la preservación de la tradición.

La sospecha de que el concepto Economía Creativa es una suerte de caballo de Troya, se manifestaría en diferentes momentos de los grupos de trabajo, y ya no sólo en el del tema social y comunitario. Esta reflexión sugiere que, en el camino de las definiciones, la de la Economía Creativa en Latinoamérica requiere un manejo muy fino del equilibrio conceptual. Se habla de emprendimiento, viabilidad, creatividad o innovación, pero nuestra realidad latinoamericana requiere extender - desde el primer momento- la reflexión a conceptos como la tradición o el respeto por la identidad y el patrimonio.

Para terminar con esta reflexión, otro aspecto importante a tomar en cuenta en la aproximación de la Economía Creativa a la realidad cultural latinoamericana son los paradigmas del éxito. Proyectos desarrollados en ecosistemas de Europa o EEUU son habitualmente utilizados en la presentación del potencial de la Economía Creativa. Los emprendi-



mientos que, basados en la creatividad y la innovación consiguieron convertirse en empresas globales valorizadas en miles de millones, suelen formar parte de la presentación de ese sueño al alcance de cualquier visionario suficientemente obsesivo para llevar a cabo su proyecto. En el terreno de lo cultural la megalomanía no es necesariamente percibida como un valor. Precisamente la aproximación a las comunidades productoras, los artesanos, los artistas, requiere de una sensibilización por parte de quienes ayudarán a viabilizar proyectos, ya que conceptos como potencial o escala no deben siempre ser llevados al límite de sus posibilidades, ni tampoco la utilidad será medible únicamente bajo aquello que pueda entrar en una tabla de Excel. Es fundamental que se produzca un acercamiento desde la horizontalidad, donde los articuladores, los técnicos tengan conocimiento de qué es el enfoque social y al mismo tiempo comprendan la cosmovisión de los actores culturales y creativos. Este diálogo debería facilitarles el entendimiento de lo imperativo y urgente de la adquisición de conocimientos prácticos que les permitan independencia en el propio sustento, a través de su creación.

DÍA 3: EXPOSICIÓN

El panel sobre el enfoque social y comunitario de la economía creativa y de la cultura contó con la participación de experiencias prácticas importantes de instituciones como La Financiera de Desarrollo Territorial S.A.- Findeter, Balmaceda Arte Joven (Chile), el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) y el Centro de Expresión Cultural de la Pontificia Universidad Javeriana, que complementaron el panorama de trabajo de los dos primeros días, donde se contemplaron casos sociales nacionales e internacionales alrededor de este tema y sus impactos.

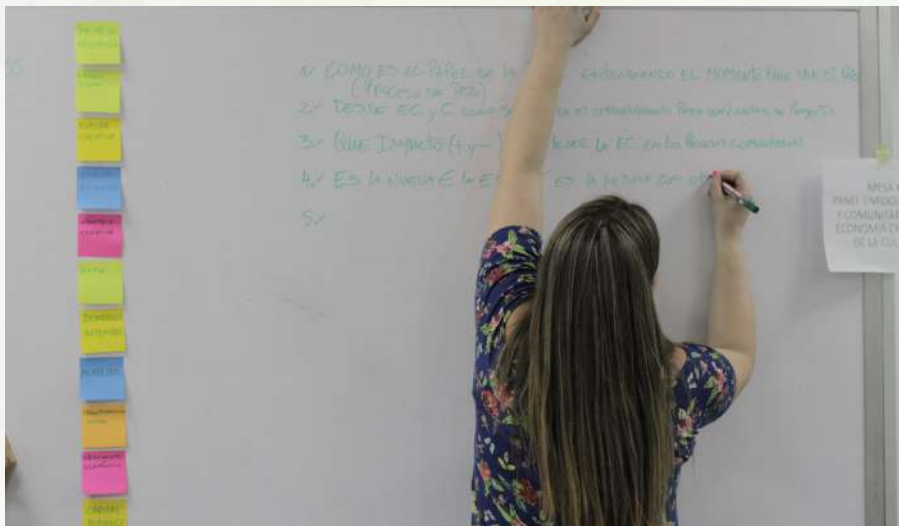
Los diálogos giraron alrededor de algunas preguntas sobre el tema, del rol de los invitados de estas organizaciones y de la razón de ser de su trabajo en este sector. La economía creativa y de la cultura juega un papel cada vez más importante en estas instituciones, reconociéndose como motores de desarrollo y herramientas de cohesión social.

El programa de la OIM llamado Inclusión Para la Paz incluye una gerencia de Patrimonio y Diversidad Cultural, como un agente de desarrollo. Para el PNUD la economía creativa es una herramienta para reducir la pobreza, entender y valorar la diversidad, y aunque viene trabajando el tema a nivel mundial desde el 2008, Colombia lo ha estado incluyendo en su línea de trabajo recientemente.

Desde el sector privado y en colaboración con el sector público se trabaja también en la educación de artistas, como fue expuesto por Balmaceda Arte Joven, donde se destacó la necesidad de abrir espacios de formación en el tema a jóvenes, alimentando no solo sus capacidades artísticas sino también un pensamiento crítico, que en el mediano y largo plazo logran capacidades creativas y la formación de públicos. Así mismo, se mencionó la relevancia de proveer herramientas para mejorar las posibilidades y capacidades de los artistas de emprender en sus áreas.

Se resaltó por parte del Centro de Expresión Cultural de la Universidad Javeriana, la importancia del ecoturismo en relación al Etnoturismo (con el ejemplo del festival de las aves), donde la Academia también puede aportar desde el conocimiento e investigación para beneficiar a las comunidades y a los turistas, y al mismo tiempo respetar el medio ambiente y la cultura.

En el caso de Findeter, se mencionó la creación del programa de Ciudades Sostenibles y Competitivas



que surge en el marco de la Iniciativa de Ciudades Emergentes y Sostenibles (ICES), desarrollada por el BID, y de la cual deriva la plataforma de Ciudades emblemáticas que gracias a un ejercicio de gestión, en su próxima versión incluirá el componente cultural, lo que demuestra la importancia del tema en el marco del desarrollo.

Dentro de estos diálogos se consideró que no podemos hablar de sostenibilidad de los territorios si no hablamos de cultura. Se dice que no existe un ecosistema real en el país que esté apoyando la conexión entre las comunidades más vulnerables, y que esto representa una pérdida en relación a la transmisión de saberes.

Otra reflexión fue, que el sector público debe ser un gran aliado y que debe entender la importancia de la relación entre la economía y la cultura, y que se generan dividendos. Alrededor de esto se postularon las siguientes preguntas: ¿Cómo se logra que

el Ministerio de Hacienda se convierta en un impulsor de estas economías en el país?, ¿Y que haya un acceso al crédito y que éste sea diferencial? ¿Cómo se generan productos a la medida de las comunidades y de las necesidades reales del sector cultural financiando, por ejemplo, no solo grandes teatros, sino también espacios pequeños que promueven al arte? ¿Se están tomando decisiones sin conocer y entender los territorios? ¿Qué saberes se pueden rescatar que podría generar un ingreso respetando el patrimonio cultural? ¿Cuáles son las prácticas organizacionales que generan desarrollo social, económico, cultural? ¿Cómo la empresa cultural con enfoque social puede articularse a organizaciones que fomentan el desarrollo sostenible? ¿Cómo bajar los discursos, leyes etc., y que los artistas puedan implementarlas y lograr una demanda que les permita generar ingresos justos?

La circulación de obras y la formación de públicos, fue otra reflexión considerada en este panel. Y se



concluyó que debe haber mecanismos innovadores que promuevan los bienes y servicios culturales de las comunidades y pensar en cómo iniciar una circulación en pequeño e ir escalando. Es importante comenzar por promover la circulación a nivel regional, con financiamiento mixto (público y privado), y que los artistas aprendan a circular y puedan aprovechar las redes y otros espacios o entidades que también colaboren y promuevan su circulación. Es importante resaltar que “No todo lo cultural se debe circular, ni todo lo que circula es cultural”. Se reiteró que se debe impulsar los intercambios generacionales y culturales y a la vez deben existir oportunidades de financiación para los emprendimientos, y que éstos no queden desprotegidos después del primer impulso.

El desarrollo social requiere de una innovación social que nos rete a pensar distinto, a experimentar dentro de nuestros laboratorios territoriales, aprovechando la riqueza que es nuestra diversidad cultu-

ral, donde nos cuenten nuestras historias latinoamericanas y los aportes que han hecho las diferentes comunidades, en especial las comunidades étnicas. Y al final, la innovación puede aterrizar desde un bien, un servicio o una política pública.

Para finalizar, debemos tener en cuenta desde ya que el 80% de las funciones laborales desaparecerán en el 2050, y que las profesiones relacionadas con la creatividad y la cultura serán una importante fuente de empleo.

3. CONCLUSIONES GENERALES

Este proceso demostró que existe una necesidad de desarrollar procesos conjuntos con el fin de aprovechar los aprendizajes a nivel regional. A pesar de las particularidades de los entornos locales, resulta mucho más fácil que las estrategias partan de la acumulación de conocimiento que de procesos iniciales. Por esta razón, es importante que la implementación de una estrategia integral para el desarrollo de la economía creativa en Cali esté vinculada de forma constante con procesos similares en otras regiones de Latinoamérica.

Los espacios de diálogos son de suma importancia en la coyuntura del tema en nuestros países latinoamericanos. La posibilidad de opinar, consultar y aportar, se convierten en acciones colectivas necesarias para el desarrollo de la economía creativa y de la cultura; así mismo, es importante establecer quienes se están acercando al tema, quienes tienen un conocimiento intermedio, y aquellas personas que ya tienen un conocimiento avanzado, para poder potenciar cada una de las participaciones.

Se hace necesario la integración de otros sectores en estos espacios como por ejemplo el turismo, que cada vez presenta una mayor incidencia en la productividad de nuestra región y existe una fuerte correlación entre estos dos temas.

El desarrollo de un ecosistema de economía creativa robusto necesita un mejor balance entre la oferta y la demanda de bienes y servicios creativos. Todavía la mayoría de los procesos y políticas para el desarrollo del sector cultural y creativo están orientados a fortalecer la capacidad emprendedora de los trabajadores culturales. Resulta clave crear los espacios para que la demanda tenga acceso a una oferta cultural diversificada. La formación de públicos es vital para la sustentabilidad del ecosistema y se necesitan mayores esfuerzos en esa dirección. La Academia tiene una gran oportunidad de apoyar esos procesos mediante su contacto con la juventud



Los Diálogos evidenciaron la importancia de pensar en las políticas culturales como un ejercicio integral que vincula al gobierno, al tercer sector, la academia, a los agentes culturales y la sociedad civil. Por lo general, la experiencia ha sido que los procesos definen unas necesidades que luego son comunicadas al gobierno para su ejecución. Sin embargo, a través de los Diálogos se destacó que todos estos agentes y articuladores tienen un rol importante y una agenda que definir y ejecutar para el desarrollo de políticas culturales. Este ejercicio podría ser considerado como un punto de partida para ello.

2

Todavía existe una gran necesidad y preocupación sobre la participación activa del sector cultural y creativo en estos procesos de diagnóstico y diseño. Aunque tradicionalmente la participación se concentra en articuladores representantes de cada sector, es importante que las políticas no sean de arriba hacia abajo, y que se identifiquen otros mecanismos de integración de los trabajadores culturales y creativos desde las etapas iniciales

3

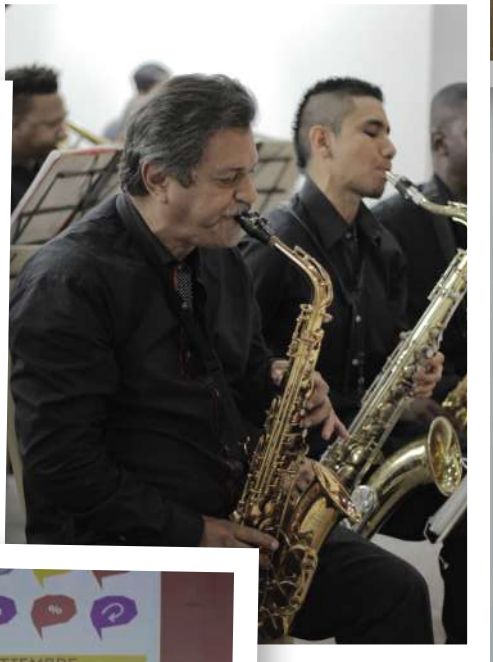
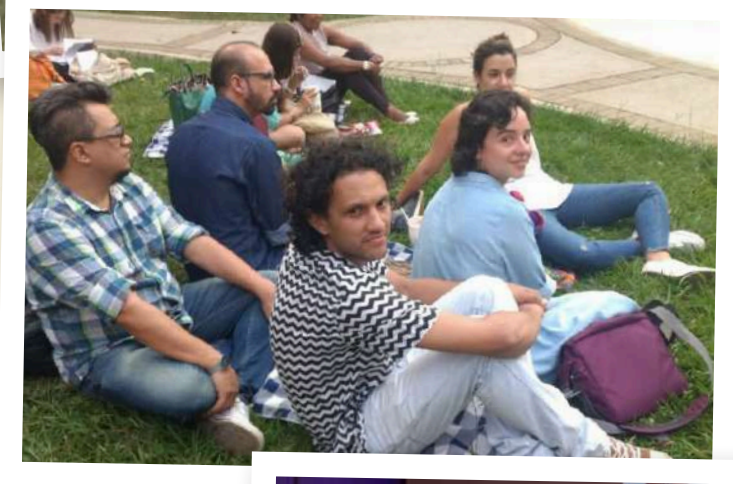
4

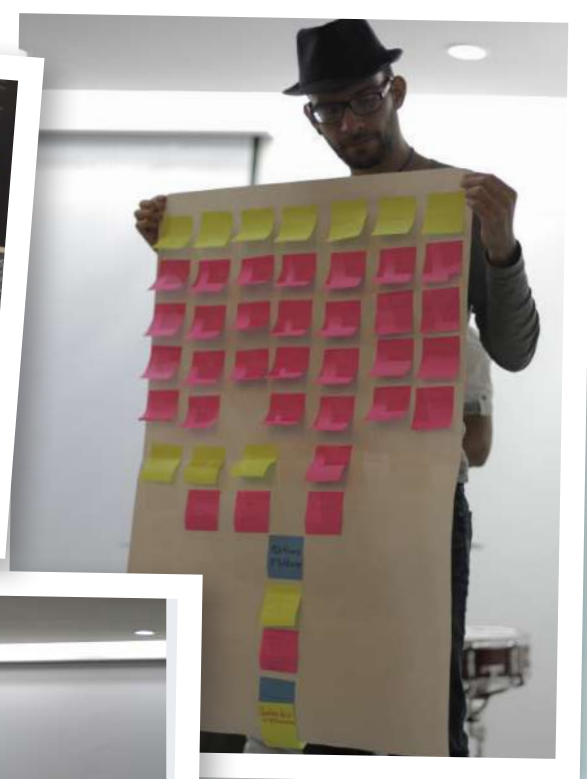
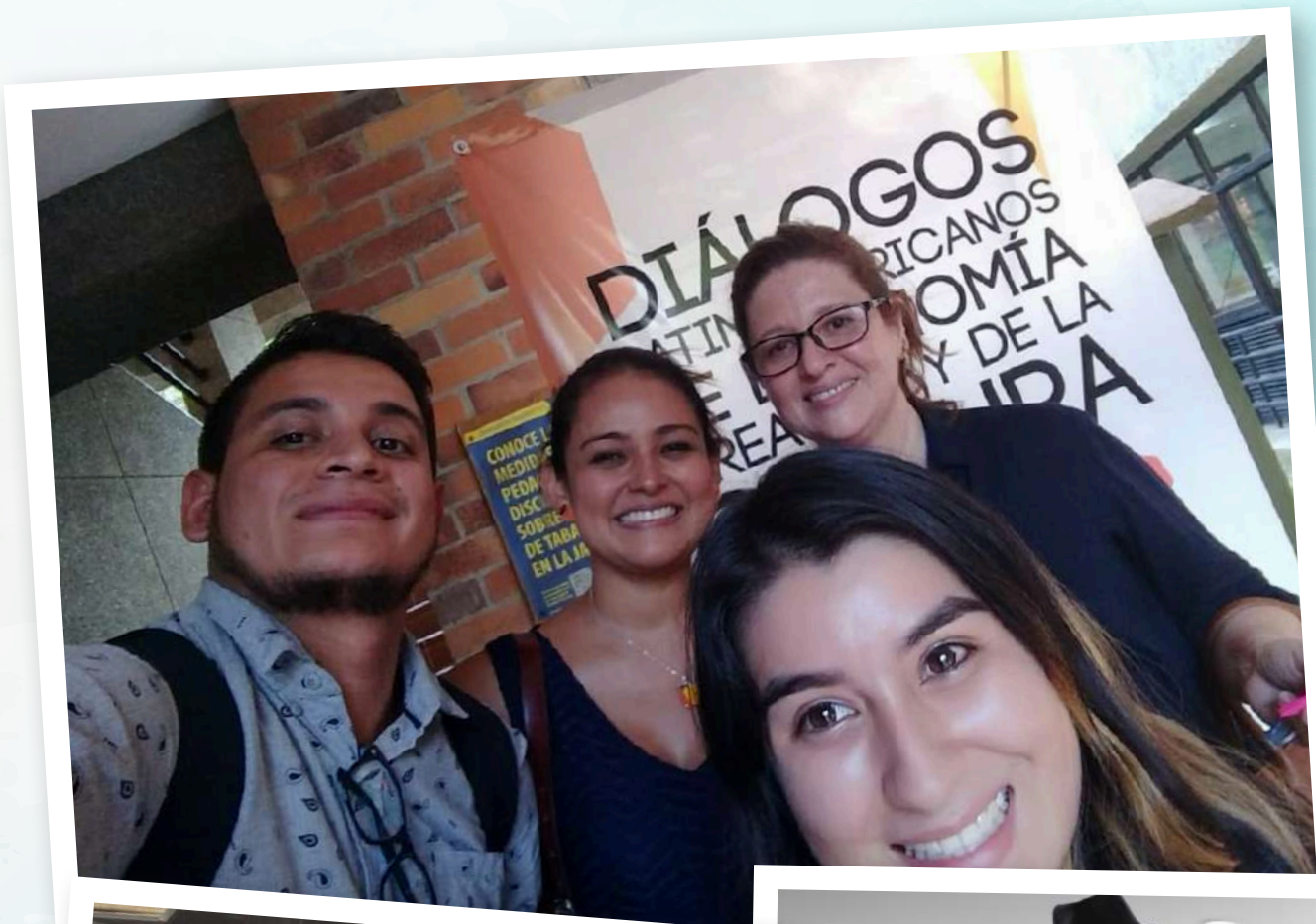
La implementación de los diálogos deberá ser ajustada a los contextos de cada país, ciudad o municipio, de tal forma que pueda potenciarse los resultados.

5

La continuidad de estos diálogos en Latinoamérica permitirá hacer un consenso de región, y promover ejercicios claves de manera articulada de una forma efectiva, en pro de esta economía.







Anexos:

1. Preguntas por tema:

POLÍTICAS PÚBLICAS MESA 1	RESPONSABILIDAD DE LA ACADEMIA MESA 2	ACTOR CULTURAL Y CREATIVO MESA 3	ENFOQUE SOCIAL Y COMUNITARIO MESA 4
1. ¿CÓMO LAS POLÍTICAS PÚBLICAS VAN A PROTEGER EL EMPRENDIMIENTO CREATIVO, ESTIMULANDO EL CRECIMIENTO ECONÓMICO PARA LA CREACIÓN DE NUEVAS ECONOMÍAS Y LA EXPANSIÓN DE MERCADOS LOCALES LIMITADOS?	1. ¿CÓMO MANEJAR LOS RETOS DE LA INSTRUMENTALIZACIÓN CONSTANTE DEL ARTE?	1. ¿CÓMO EMPODERAR A UN ACTOR CULTURAL CREATIVO PARA ALCANZAR OBJETIVOS?	1. ¿CÓMO LA EC PUEDE GENERAR UN CRECIMIENTO Y DESARROLLO ECONÓMICO Y AL MISMO TIEMPO GARANTIZAR UN ENFOQUE SOCIAL Y COMUNITARIO?
2. ¿CÓMO GENERAR POLÍTICAS PÚBLICAS PARA EL EMPRENDIMIENTO CREATIVO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO, QUE ESTÉN ENCAMINADAS A LA EDUCACIÓN DE LOS NIÑOS, QUIENES SON LOS NUEVOS CONSUMIDORES (ENSEÑAR A CONSUMIR LOS PRODUCTOS LOCALES)?	2. ¿CÓMO BALANCEAR EL VALOR DEL ARTE CON LOS INTERESES ECONÓMICOS?	2. ¿CÓMO SE CONSTRUYE UNA RED COLABORATIVA DE EMPRENDEDORES CREATIVOS QUE PERMITA LA ARTICULACIÓN DE LOS DISTINTOS SECTORES?	2. ¿QUÉ CLASE DE INSTRUMENTOS DEBE IMPLEMENTAR LA EC CON ENFOQUE SOCIAL Y COMUNITARIO?
3. ¿DE QUÉ FORMA LAS POLÍTICAS PÚBLICAS PUEDEN GARANTIZAR LA ESTABILIDAD LABORAL DE UN PROFESIONAL CON PERFIL CREATIVO?	3. ¿CÓMO ABORDAR EL TEMA DE EMPRENDIMIENTO CULTURAL EN TÉRMINOS DE MATERIALES EDUCATIVOS Y PROGRAMAS DE FORMACIÓN?	3. ¿CÓMO LOGRAR PROCESOS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LOS EMPRENDEDORES CREATIVOS?	3. ¿CÓMO GENERAMOS PROCESOS DE EMPODERAMIENTO, CONTINUIDAD, Y VIABILIZACIÓN EN LAS COMUNIDADES PARA QUE PROMUEVAN O CREEN LA EC CON ENFOQUE SOCIAL?
4. ¿QUÉ POLÍTICAS PÚBLICAS SON NECESARIAS PARA DESARROLLAR EL LIDERAZGO DE LOS PERFILES PROFESIONALES CREATIVOS?	4. ¿CÓMO PREPARAMOS A LOS ESTUDIANTES DE ARTE Y PROFESIONES CREATIVAS PARA EL MERCADO LABORAL ACTUAL?		4. ¿QUÉ IMPACTOS +/- PUEDE TENER LA EC Y DE LA C EN LOS PROCESOS COMUNITARIOS, SOCIALES, POLÍTICOS, Y SOBRE EL PROPIO GREMIO?
5. ¿CÓMO APORTAN LAS POLÍTICAS PÚBLICAS AL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA CULTURA?	5. ¿CUÁLES SON LAS COMPETENCIAS QUE DEBEN DESARROLLAR LOS ESTUDIANTES DE ARTE Y PROFESIONES CREATIVAS?		
6. ¿CÓMO FORTALECER LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL A TRAVÉS DE LA CURVA DE APRENDIZAJE ENUNCIADA EN EMPRENDIMIENTOS CULTURALES?	6. ¿QUÉ DEFINICIÓN ADOPTAMOS SOBRE EMPRENDIMIENTO CULTURAL O CREATIVO?		
7. ¿CÓMO DESARROLLAR LA DIVERSIDAD CULTURAL CON EQUIDAD ECONÓMICA APOYANDO AL MERCADO LOCAL PARA LOGRAR UNA TRANSFORMACIÓN SOCIAL?	7. ¿CÓMO ENSEÑAMOS A LOS ESTUDIANTES A LLEVAR SUS PRODUCTOS CREATIVOS AL MERCADO?		
8. ¿CÓMO EL GOBIERNO NACIONAL REGIONAL Y LOCAL PUEDE APOYAR EQUITATIVAMENTE CON MEDIOS ECONÓMICOS, DE APRENDIZAJE, INFRAESTRUCTURA (ENTRE OTROS) LAS DIVERSAS EXPRESIONES CULTURALES PARA LOGRAR UNA TRANSFORMACIÓN SOCIAL CON UNA CURVA DE APRENDIZAJE DE EMPRENDIMIENTO, EMPODERAMIENTO Y APROPIACIÓN SOSTENIBLE?	8. ¿CUÁL ES LA INCIDENCIA QUE QUIERE TENER LA ACADEMIA EN LAS POLÍTICAS CULTURALES?		



POLÍTICAS PÚBLICAS MESA 1	RESPONSABILIDAD DE LA ACADEMIA MESA 2	ACTOR CULTURAL Y CREATIVO MESA 3	ENFOQUE SOCIAL Y COMUNITARIO MESA 4
9. ¿CÓMO REORIENTAR LAS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA POSIBILITAR EL DESARROLLO DE LOS MERCADOS LOCALES EN UN MARCO DE DIVERSIDAD CULTURAL?	9. ¿CUÁLES SON LAS EXPERIENCIAS (CO-CURRICULARES) QUE DEBE DESARROLLAR LA ACADEMIA PARA EL DESARROLLO DE LOS ARTISTAS Y PROFESIONALES DE LA CULTURA?		
10. ¿CÓMO SABER SI LAS POLÍTICAS RESPON- DEN REALMENTE A LOS MERCADOS LOCALES EN UN MARCO DE DIVERSIDAD CULTURAL QUE PROTEJA LA DIVERSIDAD ARTÍSTICA Y LA IDEN- TIDAD ESTÉTICA?	10. ¿CÓMO DESDE LA ACADEMIA ASUMIMOS LA RESPONSABILIDAD SOBRE EL CRECIMIENTO EN LA CONTRIBUCIÓN DEL PIB DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS A TRAVÉS DEL DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO?		
11. ¿CÓMO LAS POLÍTICAS PÚBLICAS VAN A PROTEGER EL EMPRENDIMIENTO CREATIVO, ESTIMULANDO EL CRECIMIENTO ECONÓMICO PARA LA CREACIÓN DE NUEVAS ECONOMÍAS Y LA EXPANSIÓN DE MERCADOS LOCALES LIMITADOS?	11.¿CUÁLES SON LAS COMPE- TENCIAS QUE DEBE DESARRO- LLAR LA ACADEMIA PARA FOR- MAR A UN PROFESIONAL DE LAS ARTES Y LA CULTURA CON LOS RETOS Y OPORTUNIDADES DE LA ECONOMÍA CREATIVA? (CU- RRICULAR)		
12. ¿CÓMO FACILITAR EL ENTENDIMIENTO, APROPIACIÓN Y FORMULACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS POR PARTE DE LA SOCIEDAD CIVIL / SECTOR CULTURAL?	12. ¿CUÁLES SON LAS EXPERIEN- CIAS (CO-CURRICULARES) QUE DEBE DESARROLLAR LA ACADE- MIA PARA EL DESARROLLO DE LOS ARTISTAS Y PROFESIONALES DE LA CULTURA?		
	13. ¿CUÁL DEBE SER EL ROL DE LA ACADEMIA EN EL DESARRO- LLO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS RELACIONADAS A LA ECONO- MÍA CREATIVA?		
	14. ¿CUÁL DEBE SER EL ROL DE LA ACADEMIA EN LAS POLÍTICAS CULTURALES (ARTE, EXPRESIO- NES CULTURALES, INSTRUMEN- TALIZACIÓN, ETC.)		



DIÁLOGOS
LATINOAMERICANOS
DE ECONOMÍA
CREATIVA Y DE LA
CULTURA

MEMORIAS CALI, COLOMBIA
SEPTIEMBRE 2017