



# 2<sup>o</sup> CONGRESO LATINOAMERICANO DE GESTIÓN CULTURAL

Pensamiento y acción cultural para la paz  
y la participación ciudadana

18, 19 Y 20 DE OCTUBRE DE 2017  
CALI, COLOMBIA

## CARACTERIZACIÓN COMPARATIVA ENTRE LAS DINÁMICAS DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN CIUDAD OBREGÓN (MÉXICO) Y SANTIAGO DE CALI (COLOMBIA)

México - Colombia

Ponencia presentada en el 2do. Congreso Latinoamericano de Gestión Cultural | Cali Colombia  
18, 19 y 20 de octubre de 2017

Jorge Esteban Amézquita M. – Ana Laura Aguilar T.  
estebannba21@hotmail.com – analauraaguilartorres@gmail.com

## **Resumen**

El presente documento se gesta en la motivación de generar diálogos culturales en miras a identificar visiones de procesos en gestión cultural latinoamericana a través de comparaciones descriptivas que caracterizan, diferenciando y agrupando, las dinámicas de las industrias que promueven condiciones para generar proyectos socioculturales. Inicialmente se realiza una catalogación conceptual retomando definiciones clásicas en cuanto a posturas analíticas, entre las que se relacionan postulados económicos, filosóficos y literarios según las industrias culturales. Posteriormente, identificado algunos roles que propician condiciones en la gestión cultural en México y Colombia, se relacionan las herramientas y falencias en dos ciudades de donde los autores son oriundos. Como resultado del experimento, se encuentran pilares férreos en las industrias culturales soportados notoriamente en los derechos de autor. Finalizando, se realiza la reflexión de reconocer en los procesos artísticos y formativos como mecanismos para la consolidación de una identidad social.

### **Palabras Claves:**

Gestión cultural, industrias culturales, economía cultural.

## **Abstract**

This document is based on the motivation of cultural dialogues with a view to identifying visions of processes in cultural management latin america through descriptive comparisons which characterize, differentiate and group, the dynamics of the industries that promote conditions for generating socio-cultural projects. Initially a conceptual cataloging classical definitions in analytic positions, between which are related economic postulates, philosophical and literary ones according to the cultural industries. Subsequently, identified some roles that foster conditions in cultural management in Mexico and Colombia, the tools are related and failures in two cities from where the authors are native. As a result of the experiment, in the cultural industries notoriously supported in copyright. At the end, the reflection of recognition in the artistic and training processes as mechanisms for the consolidation of a social identity.

### **Keywords:**

Cultural management, cultural industries, cultural economy.

## **Acercamiento Conceptual**

Definir la potencialidad de la cultura en términos económicos, resulta inicialmente complejo debido a las aparentes limitaciones lingüísticas en relación a las actividades socialmente desarrolladas que se soportan entre términos como cultura, creatividad y economía; sumado a la visión retrógrada del siglo pasado, pero traslapada, sobre el rol de la “cultura” como estatus de posicionamiento político adornado por la connotación de identidad nacional.

Antes de indagar en las industrias culturales es necesario retomar perspectivas socioeconómicas que han ampliado el panorama analítico facilitando aristas de comprensión. El aporte teórico fue nutrido rigurosamente durante la década de los 60's pensado desde el papel económico del arte y la cultura, a lo que Goodwin (2006) aún como un anterior interés por los economistas en temas culturales. La inflexión teórica se asocia al documento *Performing Arts: The Economic Dilemma*, de Baumol y Bowen (1966) donde abordaron un análisis en torno a los costos de las artes escénicas, concluyendo en la responsabilidad política que el Estado debía asumir para la continuidad de estas actividades. Towse (1997) sugiere tomar el paradigma de la economía cultural como una ampliación analítica a los fenómenos económicos del mundo artístico; pero Blaug (2001) es quien caracteriza comparativamente la dinámica de la economía cultural, frente a la economía de la educación y la economía de la salud, con un gran potencial en cuanto al desarrollo social debido a las múltiples disciplinas que sustentan su definición, y con ello, su campo de acción. Paulatinamente entre esfuerzos dialécticos la teoría ha llegado a denominar un enfoque de análisis diverso y dinámico, tal como lo relacionan Guinsburgh (2001) y Seaman (2009), la economía de la cultura o economía del arte.

## **Operadores “Clásicos” en las Industrias Culturales<sup>1</sup>**

En esta sección orientaremos las reflexiones a partir del planteamiento de Horkheimer y Adorno (1981), traducido al castellano por Juan José Sánchez en 1998, donde exhiben un fantástico recorrido analítico desde supuestos filosóficos referentes a

---

<sup>1</sup> Este ejercicio clasificatorio es compilado por Rodrigo Duarte en el documento *Industria Cultural 2.0*, publicado en el 2011, aunque con anterioridad había sido propuesto por el mismo autor en *Indústria cultural: uma introdução* en el 2010.

las perspectivas de las industrias culturales. Sus aportes, antes de considerar mecanismos industriales tal como son supuestos contemporáneamente, son vitales para entrever situaciones heredadas que aún pugnan en el discurso cotidiano. Posteriormente se asociarán a la descripción realizada por Rodrigo Duarte hacia la contextualización contemporánea en la búsqueda de rezagos de estas connotaciones clásicas.

En su planteamiento crítico realizan un paralelo entre las mercancías culturales y las obras de arte; además, retoma un rol masificado de gustos, costumbres y selecciones referidos como la cultura de masas. En el documento *Dialéctica de la Ilustración*, orientan el análisis según los comportamientos clásicos de las industrias culturales enumerando cinco “operadores”: i) la “manipulación retroactiva”, ii) la “usurpación del esquematismo”, iii) la “domesticación del estilo”, iv) la “despotenciación de lo trágico” y v) el “fetichismo de la mercancía cultural”. (Duarte, 2011, pág. 91) Esclareciendo la representación de estos operadores, quizá sea posible develar similitudes entre el comportamiento de las industrias culturales contemporáneas.

La “manipulación retroactiva” tal vez sea la definición que precise una dinámica familiar entre los participantes culturales, tanto masivos como artesanales. Este operador estudia y particulariza los gustos, basando la elaboración –y promoción– de sus productos culturales según estímulos y respuestas, generando patrones cada vez más férreos que engendren a su vez consumidores habituales. Este tipo de decisiones sustanciales, según Horkheimer y Adorno, al satisfacer los aciertos mercantiles reflejados en la respuesta de los consumidores, son inherentes a axiomas completamente económicos e ideológicos –en cuanto al compromiso con la cultura de masas se refiere–; al punto de considerarlos actos de violencia. Respectivamente, la “usurpación del esquematismo”, toma como referencia el concepto kantiano del esquematismo cognitivo donde el sujeto se reconoce a sí mismo mediante sus propios reconocimientos. Es decir, a través de la identificación de objetos el sujeto logra percibirse a sí mismo –autoconscientemente–.

“La tarea que el esquematismo kantiano esperaba aún de los sujetos, a saber, la de referir por anticipado la multiplicidad sensible a los conceptos fundamentales, le es quitada al sujeto por la industria. Ésta lleva a cabo el esquematismo como

primer servicio al cliente. (...) Para el consumidor no hay nada por clasificar que no haya sido ya anticipado en el esquematismo de la producción.” (Adorno & Horkheimer, 1998, pág. 169)

Al suponer estándares económicos y sumado el sostenimiento de identidad capitalista, con ello se describe el tercer operador: la “domesticación del estilo”, y seguramente un descriptor atractivo sobre la fabricación serial de productos culturales. “La asimilación de las mercancías culturales, automatizada por el esquematismo usurpado al sujeto, corresponde un procedimiento en la confección, en que ya no se realiza la dialéctica todo-partes existentes en las obras de arte propiamente dichas.” (Duarte, 2011, pág. 95) Los bienes culturales se preestablecen a las conjeturas y respuestas que se recogen tras el accionar mercantil, extendiendo el dominio del bien no sólo al producto ofrecido en el momento del encuentro con el consumidor, sino desde la preconcepción de la obra misma; orientando técnicas, estilos y tendencias en dichas creaciones.

En cuanto a la “despotenciación de lo trágico” sobresale la percepción de universalidad y particularidad –*totalidad del “mundo administrado” e individuo*<sup>2</sup>–. Horkheimer y Adorno lo relacionan al estilo. Éste, al estar ligado a la aceptación social como universalidad, anula su autenticidad debido a la instalación flagrante del “objeto estético” en la sociedad por la industria cultural. La apropiación terminológica realizada por los autores sobre lo “trágico” hace referencia a la tragedia griega compilada en la *Poética* de Aristóteles. En ella se identifican estados que el público experimenta al observar una obra auténtica, atravesando por la hamartía, anagnórisis y peripecia, para finalmente *limpiarse* en la catarsis, completando el esquema cognitivo social que forjaban las tragedias griegas soportadas en el “temor y la conmiseración”. El objeto de la “despotenciación de lo trágico” se refiere puntualmente a la anulación de la catarsis en los asistentes, puesto que existen preconcepciones estéticas.

Finalmente, el último objeto, el “fetichismo de la mercancía”, describe la condición capitalista donde el producto cultural tiende rotundamente a la aceptación universal que facilita su intercambio en sentido de “valores”. El fetichismo, incorporado a al análisis

---

<sup>2</sup> Ambos términos se catalogan en la descripción realizada por Duarte (2011, pág. 96) refiriéndose a la constante pugna desproporcionada por un fallido estilo retomado en la *Dialéctica de la ilustración*. En la crítica crítica

de Marx, donde la mercancía hace sus veces de objeto ostentando valor de uso y valor de cambio; inscribe al producto en su naturaleza de cosa que oculta relaciones sociales.

“Esta relación se da por la inversión, operada por la industria cultural, de la ausencia de vínculo de los objetos considerados bellos con designios inmediatos de la vida práctica, (...) de modo que la posible ausencia de valor de uso en un bien cultural se vuelve, potencialmente, un incremento en su valor de cambio.”  
(Duarte, 2011, pág. 101)

En el contexto contemporáneo es posible identificar condiciones muy similares a los planteamientos descritos por Horkheimer y Adorno, a pesar de haber experimentado reestructuras mercantiles, sociales, políticas y tecnológicas abarcadas en la globalización del siglo XX. Para el análisis resulta atractivo revisar los aportes de Ulrich Beck (1998) donde orienta su discurso al comportamiento y tratamiento de la cultura de masas: “Las empresas que se proponen dominar el mercado con la fabricación de símbolos culturales universales utilizan a su manera el mundo sin fronteras de las tecnologías de información.” (Beck, 1998, pág. 16) Por otra parte, los clusters globales han extendido su accionar a nuevos campos, entre ellos la cultura, instaurando nuevos ordenamientos mercantiles dentro de una industrialización cultural mundial. Como ejemplo: la publicidad, o los softwares.

La interconectividad y la interactividad tecnológica suponen una relación exponencial inmediata donde la información, prácticamente, se encuentra en la palma de la mano; y seguramente, bien orientado, promueve socialmente procesos cognitivos. Quizá para algunos autores este paradigma no sea tan significativo, al punto de subestimar el potencial comunicativo contemporáneo. Además, se soporta en la arraigada “manipulación retroactiva” que desmina la condiciones para los demás objetos de la perspectiva clásica actúen con el provecho de la evolución tecnológica. En el estado globalizador tecnológico, la industria cultural también participa en un plano digital, abarcando mayor facilidad en la disposición informativa, al punto de vaciar la transmisión dejando sin “importancia” el contenido. Desde la “usurpación del esquematismo”, la “domesticación del estilo” y la “despotenciación de lo trágico; se hace referencia a la finalidad, la importancia que describía la catarsis clásica de

Aristóteles donde la sociedad identificaba comportamientos nocivos para la convivencia grupal a través del temor y la conmiseración. “En la industria cultural digitalizada, (...) la coerción no se limita a la recepción, sino que se extiende obligatoriamente a la emisión. Poco importa el contenido de lo que es emitido, es forzoso que se trasmita ininterrumpidamente.” (Duarte, 2011, pág. 110)

“Mucho de lo que se hace ahora en las artes se produce y circula según las reglas de las innovaciones y la obsolescencia periódica, no debido al impulso experimental, como en tiempos de las vanguardias, sino porque las manifestaciones culturales han sido sometidas a los valores que “dinamizan” el mercado y la moda: consumo incesantemente renovado, sorpresa y entretenimiento.” (García Canclini, 1995, págs. 16-17)

### **Herramientas Normativas**

En la caracterización mexicana, la normativa se remonta a los estímulos brindados por el Programa Especial de Cultura y Arte, con vigencia 2014-2018. En ellos se señala el apoyo y la creación artística con la finalidad de desarrollar industrias creativas que refuercen la generación y acceso a bienes y servicios culturales. Por otra parte, la norma se soporta en estrategias de fortalecimiento de estímulos orientados hacia la creación artística mediante el fortalecimiento de iniciativas de emprendimiento cultural de la población del país.

Esta política cultural nacional, se refleja en los proyectos culturales profesionales que surgen en la comunidad artística; ofreciendo fondos para que los creadores puedan desarrollar su trabajo sin restricciones, afirmando el ejercicio de las libertades de expresión y creación, además en la convocatoria a los artistas y creadores para que participen en programas, mediante la presentación de propuestas que son evaluadas por Comisiones de Dictaminación y Selección, formadas por artistas y creadores. De esta manera el gobierno federal fortalece el esquema de estímulos, reconocimientos y apoyos a jóvenes creadores y grupos artísticos, así como el reconocimiento a la trayectoria de creadores y a la producción cinematográfica, al emprendimiento cultural de los particulares y de las comunidades; con el propósito de promover y estimular la creación artística y cultural.

Las principales problemáticas que el sector cultural de Cajeme encuentra en su accionar son la falta de mecanismos para la participación ciudadana en la planeación de la oferta de actividad cultural local y trabajo desarticulado entre los agentes que intervienen en los procesos relacionados con la actividad cultural.

Por otra parte, en el caso colombiano, en la vigencia de la normativa (Ley No. 1834, 2017), considerada la Ley Creativa, o Ley Naranja; se plantea una herramienta normativa con el propósito de velar por el desarrollo, fomento y protección de las industrias creativas. En la norma se vinculan todas “aquellas industrias que generen valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual.” (Ley No. 1834, 2017, pág. 1) En el instrumento, además, compromete al gobierno nacional a exaltar las industrias creativas colombianas puesto que puede llegar a ser un sector generador de empleos de calidad, motor de desarrollo; fomentando el tejido social y humano, así como la identidad y equidad.

En cuanto a los sectores culturales, quizá por su estructura tradicional y artesanal, gran parte de los gestores y artistas han mostrado resistencia ante las modificaciones realizadas. Tal vez la coyuntura momentánea del nuevo instrumento normativo causa expectación, más aun siendo una Ley aprobada a no más de un semestre. Pero la inquietud es favorable para generar modificaciones socioculturales desde el sector cultural y gubernamental. Tal como lo describe García Canclini (1995) sobre la nueva escena sociocultura, donde esta genera modificaciones socioculturales en cuanto al rendimiento de las instituciones y los circuitos de ejercicio públicos, la reformulación de patrones de asentamiento y convivencia urbanos, la reelaboración de lo propio –en cuanto a los bienes culturales que generan identidad colectiva– y el compromiso de un consumidor interesado en disfrutar de una cierta calidad de vida. (García Canclini, 1995, págs. 24-25)

### **Propiedad Intelectual: Pilar de la industria cultural**

El ejercicio industrial tradicional, incorporado al contexto mercantil, comprende en su funcionamiento la transformación de materias primas y demás recursos naturales hacia la creación de otro tipo de bienes más elaborados. Al aunar actividades productivas diferentes encaminadas al mejoramiento de un mismo producto final, habitualmente

condensado en fábricas o laboratorios con la misma finalidad, dinamiza la participación de múltiples entes mercantiles generando procesos industriales. Cuando se hace referencia a industrias culturales, se refiere "(...)" a una serie de actividades que se desarrollan con base en creaciones originales, literarias y artísticas, que son objeto de los derechos de autor." (Piedras, 2004, pág. 23) En cuyo proceso también dinamiza múltiples niveles sociales y económicos, que, en un ejercicio comprometido con el mejoramiento del capital humano, apalancará procesos culturales, sociales y económicos sostenibles.

### **Reflexión**

La gestión cultural es un campo disciplinar vasto en cuanto a las formas de participación de los ciudadanos y el sector cultural. En este sentido el gestor cultural, como agente mediador, lleva intrínsecamente la tarea de construir marcos teóricos y metodológicos que permitan crear puentes, tanto legales como políticos, para coadyuvar al desarrollo de las comunidades. Los desafíos son cada vez mayores respecto a la diversidad del quehacer, principalmente por la necesidad de proponer estrategias pertinentes que permitan desarrollar escenarios creativos, a la vez que intervengan problemáticas sociales y económicas.

La cultura como derecho, nos lleva a buscar nuevas formas de gobernanza a partir del contexto latinoamericano, en el que política cultural es una constante latente, siendo responsabilidad de las generaciones actuales de gestores culturales el repensar y conducir nuevas formas de actuación desde los ámbitos tanto públicos como privados, pero sobre todo desde nuestras identidades para no repetir prácticas adoptadas de otros entornos ajenos al latino.

Sin duda, se requieren acciones para movilizar los recursos culturales, sin dejar de lado el estímulo a la capacidad creativa y el potencial económico de la cultura para contribuir en mayor medida al desarrollo social. "Pero también hay que examinar lo que la globalización, el mercado y el consumo tienen de cultura. Nada de esto existe, o se transforma, sino porque los hombres nos relacionamos y construimos significados en sociedad. (García Canclini, 1995, pág. 18) En términos de capacidad creativa, cultural, y de acceso a los bienes y servicios culturales el sector demanda particular atención,

por lo que es necesario articular líneas que promuevan dinámicas cooperativas de trabajo, entre el ámbito empresarial, centros de investigación, universidades, y gobiernos locales.

Un elemento clave respecto a las empresas culturales, es reconocer que a nivel local contribuyen de forma considerable y suponen atención en las estrategias políticas para el desarrollo económico; sin embargo, estos procesos se opacan cuando se comparan con las grandes compañías de la industria cultural. La cultura produce múltiples beneficios, pero vale la pena trabajar en la medición del aporte en otros sectores diferentes al económico. La calidad de vida, los hábitos culturales, la cohesión social, la recreación, la diversidad, la generación de espacios de concertación; que para efectos de medición son difícilmente cuantificables.

Como intermediario entre la economía y la cultura, el rol de los emprendedores culturales es fundamental, siendo característica de nuestros países la promoción del autoempleo, la creación de empresas colectivas, en las cuales los propios emprendedores quienes deben invertir sus propios recursos por el minado condicionamiento para acceder a fondos privados o gubernamentales, lo que hace de sus emprendimientos apenas logren ser sostenibles debido a las condiciones poco alentadoras, señalizándose como espasmos aislados de gestión cultural.

## **Bibliografía**

- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1998). *Dialéctica de la ilustración*. (J. J. Sánchez, Trad.) Madrid: Trotta.
- Aguado, L., & Palma, L. (2010). Economía de la Cultura. Una Nueva Área de Especialización de la Economía. *Revista de Economía Institucional*, 12(22), 129-165.
- Aristóteles. (1991). *Aristóteles. Poética*. (Á. Cappelletti, Trad.) Caracas: Monte Avila Latinoamericana, C.A.
- Baumol, W., & Bowen, W. (1966). *Performing Arts: The Economic Dilemma*. New York: Twentieth Century Found.
- Beck, U. (1998). *¿Qué es la globalización?* (Bernardo Moreno, Trad.) Barcelona: Paidós.
- Blaug, M. (2001). Where Are we Now in Cultural Economics. *Journal of Economic Surveys*(15), 123-143.

- Congreso de Colombia. (23 de Mayo de 2017). Ley No. 1834. *Economía Creativa. Ley Naranja*. Bogotá.
- Duarte, R. (Diciembre de 2011). Industria Cultural 2.0. *Constelaciones - Revista de Teoría Crítica*(3), 90-117.
- Frey, B. (2000). *Art and Economics*. Heidelberg: Springer-Verlag.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos Multiculturales de la Globalización*. México: Grijalbo.
- Ginsburgh, V. (2001). Economics of Art and Culture. (N. Smelser, & P. Baltes, Edits.) *International Encyclopedia of the Social and Behavioural Sciences*.
- Goodwin, C. (2006). *Art and Culture in the History of Economic Thought*. (V. Ginsburgh, & D. Throsby, Edits.) Amsterdam: Handbook of the Economics of Art and Culture.
- Kant, I. (1986). *Kritik der Urteilskraft*. Fráncfort del Meno: Suhrkamp.
- Piedras, E. (2004). *¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México*. México: CONACULTA.
- Ricardo, D. (1821). *Principios de Economía Política y Tributación*. México: Fondo de Cultura Económico, 1959.
- Seaman, B. (2009). Cultural Economics: The State of the Art and Perspectives. *Estudios de Economía Aplicada*(27), 7-32.
- Smith, A. (1776). *Investigación sobre la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones*. Madrid: Alianza Editorial, 1994.
- Throsby, D. (2001). *Economics and culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Towse, R. (1997). *Cultural Economics: The Arts, The Heritage and The Media Industries*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.