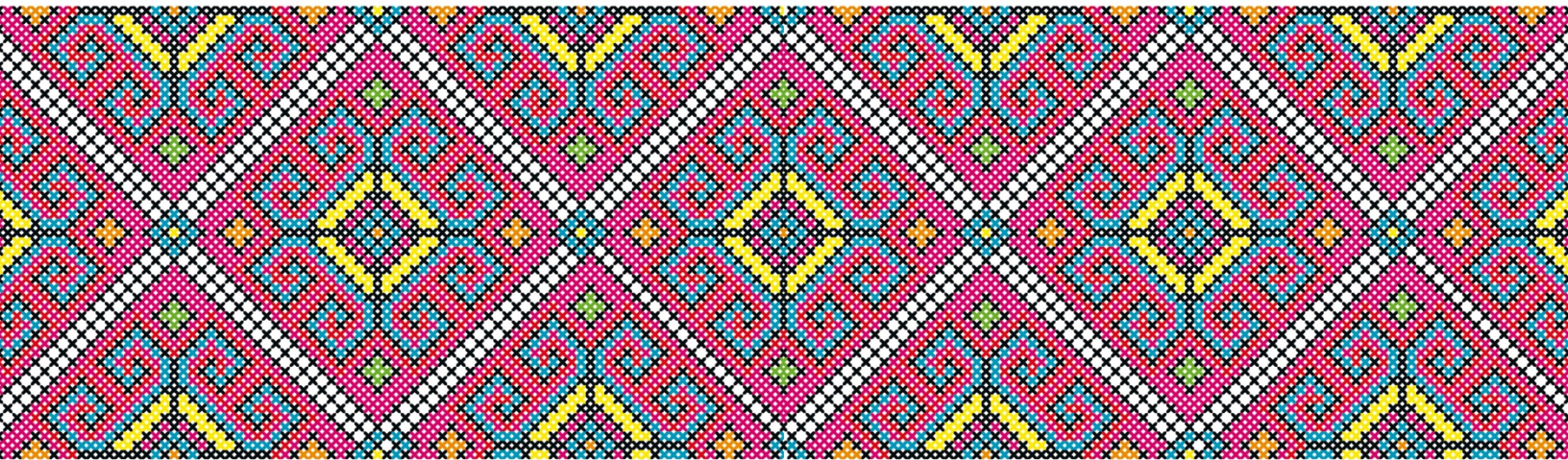


**3ER ENCUENTRO
NACIONAL DE GESTIÓN
CULTURAL MÉXICO**

**APORTES DE LA ACCIÓN
CULTURAL A LA AGENDA 2030
DEL DESARROLLO SOSTENIBLE**

**DEL 23 AL 26 DE OCTUBRE 2018
MÉRIDA, YUCATÁN**



**Las empresas culturales universitarias. Estudio de casos de la
Universidad Veracruzana y la Universidad Nacional de Colombia**

Verónica Alanís Moreno

Ponencia presentada en el Tercer Encuentro Nacional de Gestión Cultural realizado en Mérida, Yucatán, México
entre los días 23 al 26 de octubre de 2018

Palabras Clave: gestión cultural, políticas culturales universitarias, empresas culturales, administración cultural, difusión cultural, tercera función sustantiva universitaria, sostenibilidad, emprendimientos en cultura.

INTRODUCCIÓN. La presente ponencia es una revisión de los avances obtenidos como parte de la investigación en curso para la tesis de posgrado en la Maestría en Artes Escénicas de la Universidad Veracruzana titulada “Los procesos de gestión cultural del espectáculo Jarocho como empresa cultural de la Universidad Veracruzana 2002-2017”, en el cual se realiza una sistematización de la experiencia de la gestión y administración de dicho espectáculo desde su creación y su desarrollo hasta su conformación como empresa cultural universitaria.

A partir de esto y de la realización de una estancia de investigación sobre los emprendizajes culturales en la Universidad Nacional de Colombia con sede en Manizales, presento un análisis sobre este modelo de gestión cultural desde las instituciones de educación superior en relación con los procesos de globalización y la sostenibilidad en los proyectos artístico-culturales desde las IES.

PLANTEAMIENTO. La discusión en torno a las Industrias Culturales (IC) tiene un largo trayecto y diferentes miradas epistemológicas. El término *Industria Cultural* fue acuñado por Theodor Adorno en los años 40 del pasado siglo, haciendo referencia a un modelo de producción cultural que responde a los modelos económicos globales, en las que la cultura, como producto industrializado, estaría marcado por la división del trabajo y la estandarización en una cultura de *masas*.

Actualmente la industria de la cultura, vinculada a la era de la información y la tecnología, se encuentra entre dos posturas entre los teóricos. Por un lado, desde la sociología de la cultura en la que se encuentran aquellos que se preocupan por los valores y las relaciones socio-culturales desiguales y asimétricas vinculadas a un sistema político globalizado, y por otro lado, desde la economía de la cultura, quienes consideran que las industrias culturales subrayan el potencial de desarrollo económico y la democratización de la cultura, “posibilitando el conocimiento de

muchas creaciones artísticas que de otra manera no llegarían a los consumidores” (Licona, 2016)

Las formas de producción y consumo cultural actual están indudablemente influenciadas por este modelo económico presentando una creciente transnacionalización de los bienes y servicios culturales.

En América Latina, las Industrias Culturales en la agenda política y económica ha desarrollado un latente interés en tanto representan acercamiento de recursos económicos, así como las posibilidades que brindan para el desarrollo de los derechos culturales.

Las actuales investigaciones sobre Industrias Culturales giran en torno a las políticas públicas generadas por los gobiernos y administraciones para implementar medidas a su favor, así como la medición de categorías económicas como empleo, PIB, inversión, entre otros. Esto ha dado como resultado la creación de Cuentas Satélite como en el caso de México cuyo propósito según lo estipulado por el INEGI (2010) “es la medición de los flujos económicos del sector que resultan del intercambio de bienes y servicios, que incorporan trabajo y capital y que producen valor agregado, en torno a las prácticas culturales, lo cual permite recopilar datos para la generación de información que posibilita el análisis del sector cultural”.

Sin embargo, el análisis va más allá de estas posturas dicotómicas. La relación de la cultura como creadora de valores simbólicos identitarios no está en contraposición al desarrollo económico y social de los pueblos. Es, inclusive, este carácter simbólico de la cultura su principal valor en el momento de concebir a las industrias culturales como motor de desarrollo social e impulsora de los derechos culturales.

Autores como Zallo, López y Stolovich han abonado a la discusión teórica y a la conciliación de dichas posturas anteriormente discutidas, planteando que las industrias culturales son “bienes y servicios con valores simbólicos (...) a través de los cuales los productores y audiencias entablan una comunicación simbólica, por

ser estas proveedoras de contenidos con matices culturales que subyacen las relaciones sociales”

Desde Adorno a la fecha han surgido diferentes terminologías vinculadas a la Industria Cultural, apareciendo en plural en 1966 desde el campo de la economía de la cultura; las Industrias Creativas en los años 90 desde Inglaterra, así como Empresas Culturales, emprendizaje cultural, y más recientemente Economía Naranja.

Para los fines de este trabajo nos centraremos en los términos Empresas y Emprendizajes Culturales.

El término emprendimiento está vinculado a la innovación y al crecimiento económico. Ha sido abordado desde diversas disciplinas y es un campo de estudio que ha tenido un acelerado crecimiento en las últimas décadas. A partir de algunos autores, emprendimiento y empresa pueden ser utilizados como sinónimos, sin embargo, hay algunas otras definiciones que establecen características particulares para cada una de ellas.

Con el surgimiento de las Industrias Creativas en la década de los 90 “comenzaron a aparecer cierto número de productores independientes, microempresarios o trabajadores autónomos [quienes] tuvieron que aprender a identificar las estructuras y los mecanismos del mercado (...) con el fin de convertirse en proveedores de creatividad y valor añadido” (Rowan 39). De este modo surgió el emprendedor cultural.

Este nuevo modelo demanda profesionales que puedan entender las estructuras del mercado y que a su vez tengan amplio conocimiento en diversas ramas del arte y la cultura. La crítica se encuentra en que este modelo acelerado de *freelancers* y autoempleados de la cultura se vuelven sus propios productores, vendedores, creadores, diseñadores, etc., convirtiendo este modelo en una forma de autoexploración laboral con un alto riesgo de fracaso.

Surgen así modelos de microempresas conformadas por grupos pequeños de agentes culturales que trabajan de forma cercana entre si, en modelos económicos

de co-dependencia que permiten mantener cierto grado de independencia con las grandes industrias culturales, y que protegen de cierta manera el valor social y cultural de la comunidad que las contiene.

El surgimiento del modelo de emprendedores culturales, de esas figuras independientes y autónomas de las que hablamos anteriormente, surgen a partir del cambio en las políticas culturales en las que las subvenciones por parte del estado disminuyen y las empresas privadas reducen el número de trabajadores a partir del surgimiento de nuevas tecnologías digitales.

Tal como lo enuncia Rowan (2010) “sería más indicado destacar que muchos agentes fueron instados a «profesionalizarse» adoptando la forma empresa con el fin de poder seguir recibiendo unas ayudas que de otra forma serían inaccesibles”. Esta transición del emprendedor solitario a la creación de emprendizajes y microempresas colectivas reduce en cierto grado la incertidumbre del autoempleo:

Los emprendedores culturales no se identifican ni con el sector de las artes tradicionales ni con el sector empresarial más duro. Estos nuevos emprendedores requieren estructuras formativas que les ayuden en su carrera: saben que «necesitan asesoramiento empresarial pero quieren recibirlo por parte de compañeros o de gente con la que se puedan identificar, y no por “hombres con traje” que saben poco sobre el funcionamiento de estas nuevas industrias” (Rowan, 44).

Es a partir de estas reflexiones en torno al surgimiento de los emprendizaje y microempresas culturales que diversos investigadores se han centrado en la revisión de las políticas culturales y los diferentes modelos de la gestión cultural que permitirían, dado el caso, fortalecer el sector del emprendizaje cultural, dotándolo de mejores condiciones políticas y económicas para su fortalecimiento en el sector.

Desde el ámbito institucional, las Universidades han realizado investigaciones y han fortalecido el estudio de estos modelos de gestión cultural, y otras IES han ido más

allá en la creación de observatorios, laboratorios y dependencias que puedan incidir en el fortalecimiento de las empresas culturales universitarias.

Sin embargo la sistematización de experiencias en este rubro de las empresas culturales desde las instituciones de educación superior en México, aún es escaso.

A lo largo de varias décadas las instituciones universitarias han desarrollado experiencias de gestión cultural que rondan principalmente en torno a la difusión y promoción cultural, la creación de grupos artísticos al interior de sus instituciones y la formación académica en artes.

El caso de la Universidad Veracruzana no es ajeno a ello. Desde su fundación a principios de los años 40, la UV creó diversos departamentos de administración y difusión cultural, así como acogió diversas agrupaciones artísticas como la Orquesta Sinfónica de Xalapa, que hoy en día es una de las más reconocidas a nivel nacional e internacional.

Como un primer objetivo, se planteaba como fundamental que una institución educativa superior como la Universidad Veracruzana promoviera la vinculación y la difusión cultural, el cuidado de la salud, la promoción de productos científicos y de las actividades artísticas (Estatuto Orgánico de la Universidad Veracruzana, 1944)

Durante muchas décadas la tercera función sustantiva universitaria de esta institución se instaló en la difusión cultural como un departamento que sostenía la creación a través de sus más de 14 agrupaciones artísticas en diversas disciplinas como la música, el teatro y la danza. En 1975, en la Ley Orgánica de la Universidad Veracruzana quedó estipulado que los grupos artísticos formaran parte del cuerpo académico, adquiriendo cada uno de sus integrantes un salario fijo, derechos, obligaciones y prestaciones como el resto de la plantilla académica (Arriola, 2006).

Sin embargo, el sostenimiento de dichas agrupaciones enfrentó diferentes adversidades como lo detalla Fediuk (1994) la crisis económica que presentó el país en los años ochenta representó la disminución de actividades en la difusión cultural y en la extensión universitaria.

En el año 87, se creó el Instituto Veracruzano de la Cultura, el cuál asume como una principal función, la preservación del patrimonio histórico veracruzano, y la Universidad Veracruzana se mantiene como la institución pública del Estado encargada de la creación de proyectos artísticos y la difusión cultural.

A finales de los años ochenta, a partir de la política cultural trazada en el proyecto político neoliberal salinista, se establece un proceso de *modernización* que reconfiguró la política cultural en nuestro país. Inicia un proceso de transición que va de los proyectos subvencionados a los modelos individualizados, que en términos de competencias desembocaría por un lado en la política de becas artísticas que impulsaba proyectos que debían ser redituables a corto plazo (y que en muchos casos representó precariedad laboral), y por otro lado el surgimiento de lo que empezaría a conocerse como emprendimientos culturales, proyectos que desde la independencia buscaban consolidarse como formas de gestión cultural independientes sustentables y sostenibles.

En el caso de la Universidad Veracruzana, algunas agrupaciones artísticas que subvencionaba la institución fueron cerradas o se sostenían a través del otorgamiento de becas. El cambio en la configuración de la política económica y cultural hacia la UV también llevó a conformar un nuevo modelo de creación artística entre los años de 2002 y 2003 cuando se crea el espectáculo Jarocho.

El espectáculo Jarocho surge a principios de este siglo como una iniciativa entre el gobierno del Estado de Veracruz encabezado entonces por el Lic. Miguel Alemán y la Universidad Veracruzana durante la rectoría del Dr. Víctor Arredondo.

Delimitado desde su concepción como un proyecto escénico para su circulación en el mercado cultural globalizado, la encomienda fue producir un espectáculo multidisciplinar que presentara las diferentes influencias culturales en la danza y música veracruzana (son jarocho, danzón, flamenco, ritmos afrocaribeños) a través de una “producción vanguardista y contemporánea”.

Jarocho ve la luz en la ciudad de Xalapa en el mes de septiembre de 2003, habiendo sido convocados para ello destacados creadores escénicos de diversas disciplinas, encabezados en la dirección artística por Richard O’Neal, coreógrafo inglés que en

aquel entonces se desempeñaba como director asistente del espectáculo irlandés Riverdance y quien originalmente fuera invitado por la Universidad Veracruzana como asesor externo y posteriormente asignado como director artístico en el proceso de creación del espectáculo Jarocho.

Con la finalidad de convertir al espectáculo Jarocho en la carta de presentación del Estado de Veracruz a nivel nacional e internacional, y buscando competir en el mercado de los espectáculos internacionales como el Cirque du Soleil, Riverdance y Stomp; en lo que a estructura se refiere, Jarocho fue asignado al Fondo de Empresas Universitarias¹, asociación perteneciente a la Universidad Veracruzana pero con figura jurídica independiente y asesorado por la Secretaria de Finanzas de la UV.

Con esta decisión, el proyecto artístico Jarocho inaugura al interior de la Universidad Veracruzana un modelo de gestión cultural, inscribiéndose en el campo de las empresas culturales universitarias.

El proyecto de investigación en curso, pretende por un lado sistematizar los procesos de gestión al interior de esta organización como empresa cultural.

Es importante mencionar que durante el proceso de creación entre los años 2002 y 2007, la mayor parte de los recursos fueron otorgados por la Universidad Veracruzana a través del Fondo de Empresas Universitarias, recuperando gradualmente dicha inversión a partir de las presentaciones realizadas y viculación del espectáculo con otras instituciones nacionales e internacionales.

Entre los años 2007 al 2009, sucede un período de transición mediante el cual se va retirando la subvención por parte de la Universidad Veracruzana y se reestructura su equipo administrativo con la finalidad de convertir al espectáculo en un modelo autosostenible. Entre 2009 y 2014 el espectáculo Jarocho desarrollo un modelo de gestión que permitió su permanencia no con pocas dificultades, sin embargo, para

¹ En su página web, el Fondo de Empresas Universitarias detalla haber sido creado en 1986 “para coadyuvar al cumplimiento de los fines de la Universidad Veracruzana, con la cual se coordina para la realización de actividades de administración de empresas universitarias con viabilidad técnica y rentabilidad financiera que generan un impacto social favorable, especialmente para la comunidad universitaria” www.empresasuniversitarias.mx (Recuperado cuando?)

el año 2014 se plantea el delineamiento de las políticas culturales internas para la conformación de Jarocho como empresa cultural universitaria.

¿Qué representa para las universidades públicas la creación de empresas culturales? ¿Cuál es el papel de las instituciones de educación superior en el desarrollo de este modelo de gestión?

Algunas de estas reflexiones son aún parte de la investigación que estamos realizando.

La documentación de experiencias de gestión desde las IES en relación con las empresas culturales es fundamental para la sistematización y entendimiento de los alcances de este modelo de gestión cultural.

La Universidad Nacional de Colombia con sede en Manizales ha brindado para esta investigación información importante a través de su Área de Gestión y Comunicación Cultural que pertenece al Consultorio Administrativo de dicha casa de estudios.

Surgida en 2015, este departamento es uno de los pioneros en las instituciones universidades en Colombia, que ha desarrollado un modelo de gestión cultural relacionado a los emprendizajes culturales y la administración cultural, creando metodologías y generando procesos de tejido social a través de la investigación e intervención comunitaria.

En el momento en que realizamos esta ponencia, aún estamos en el proceso de establecer un estudio comparativo entre ambos modelos de gestión cultural que aborda los emprendimientos y empresas culturales a partir de las instituciones de educación superior.

A modo de conclusión, quisiera apuntar la necesidad imperante de abordar el fenómeno de las empresas culturales desde diversas aristas. El papel de las universidades públicas en este tema es fundamental, ya que brinda una visión crítica y constructiva a modelos de gestión cultural que han sido delegados por años principalmente a los sectores privados de la sociedad. El crecimiento económico y el desarrollo sostenible son y deben ser tema a abordar desde las políticas

culturales universitarias y es justamente en sus planes y leyes orgánicas que deben orientar su desarrollo.

FUENTES CONSULTADAS

Arriola Álvarez, Martha Dolores.(2006) *Introducción al estudio de la difusión cultural como rasgo distintivo de la Universidad Veracruzana*. Xalapa, 2006. Universidad Veracruzana.

Balancarte, Roberto. Coord. (2010) *Los grandes problemas de México: Culturas e Identidades*. México, D.F.: El Colegio de México, 2010. Web

Conferencia mundial sobre políticas culturales. Declaración de México sobre las políticas culturales. México D.F., 1982. [En línea]. Consultado el 5 de enero de 2017. http://www.culturalrights.net/descargas/drets_culturals400.pdf

Estado Libre Asociado de Puerto Rico, *Ley para fomentar las industrias creativas* 173-2014, octubre 13 de 2014, Microjuris.com

García Canclini, Néstor. (1995) *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. México, D.F.: Editorial Grijalbo, 1995. Impreso.

-----.(2001) *Culturas híbridas*. México D.F.: Grijalbo, 2001. Impreso.

Garnham, N.(2011) *De las industrias culturales a las creativas. Análisis de las implicaciones en el Reino Unido*. En: Bustamante, E. (Ed) (2011), *Industrias creativas, Amenazas sobre la cultura digital*, Barcelona: GEdisa 2011

Gestión Cultural UY. (2018) *Emprendedores y emprendimientos culturales por dentro*. Parte I En: <http://www.gestioncultural.org.uy/2368-2/>. Consultado: junio 20 de 2018

Molina Roldán, Ahtziri. *La construcción del sentido social en la gestión cultural en América Latina*. [en línea] Consultado el 7 de septiembre de 2017:

<https://www.gestiondesarts.com/en/la-construccion-del-sentido-social-en-la-gestion-cultural-en-america-latina-pdf#.Why6oUriYdU>.

Nivón Bolán, Eduardo y Sánchez Bonilla Delia. (2012) *La gestión cultural y las políticas culturales*. Universidad de Chile, 2012.

Organización Ana Carla Fonseca Reis.(2008) *Economía creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*, Sao Paulo: Itau Cultural, 2008.

Rojas Ruiz, Minerva.(2017) *Difusión cultural. El proceso hacia su centralidad en las políticas culturales contemporáneas del Estado Mexicano*. Tesis de doctorado. Universidad Nacional Autónoma de México, 2017.

Rowan, J. (2011) *Emprendizajes Culturales. Discursos, instituciones y contradicciones de la empresariedad cultural*. Madrid: Traficantes de sueños, 2010.

Tremblay, G. (2011) “Desde la teoría de las industrias culturales. Evaluación crítica de la economía de la creatividad”. En: *Las industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital*. Bustamante, Enrique (Ed). Barcelona: Gedisa, 2011

Tünnermann Bernheim, Carlos. (2003) *La universidad latinoamericana ante los retos del siglo XXI*. México D.F.: Unión de Universidades de América Latina, 2003.

UNESCO. (2010). *Políticas para la creatividad, Guía para el desarrollo de industrias culturales y creativas*, Argentina: Unesco, 2010

Velásquez, Sandra (2015). *De los Andes al Caribe. La Diversidad de la Industria de la música en Colombia, Muchas producciones independientes, poca música en el mercado*. Manizales: Universidad Nacional de Colombia, 2015.

Vizcaíno Guerra, Fernando.(2004) *El nacionalismo mexicano en los tiempos de la globalización y el multiculturalismo*. UNAM, Inst. de Investigaciones Sociales, 2004.