

**ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA PARA LA INDUSTRIA  
CREATIVA EN EL DEPARTAMENTO DEL ATLÁNTICO**

**LUIS FERNANDO LOPEZ BARRETO**

**MARIA DEL PILAR SANDOVAL CABARCAS**

**JULIO CESAR SANCHEZ SÁNCHEZ**

**Asesor**

**PROGRAMA ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN DE PROYECTOS  
ESCUELA ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y DE NEGOCIO  
UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA  
PUERTO COLOMBIA -ATLÁNTICO**

**2019**

## Contenido

Introducción .....	3
1. Planteamiento del Problema.....	5
2. Objetivos .....	8
2.1. Objetivo general.....	8
2.2. Objetivos Específicos.....	8
3. Justificación.....	9
4. Delimitaciones.....	12
4.1. Espacial .....	12
4.2. Temporal .....	12
5. Marco Referencial .....	13
5.1. Marco Teórico .....	13
5.1.1. La cultura como motor de desarrollo. ....	13
5.1.2. Las industrias naranjas en Colombia.....	16
5.1.3. Organización para el emprendimiento naranja. ....	22
5.2. Marco Conceptual.....	24
6. Metodología .....	27
6.1. Enfoque y paradigma de investigación .....	27

6.2. Diseño metodológico .....	30
6.2.1. Tipo y técnica para la recolección de información. ....	31
6.2.2. Recolección y análisis de la información. ....	32
6.3. Categorización de variables apriorísticas .....	33
6.4. Estructuración de categorías aplicadas.....	34
6.5. Triangulación.....	35
7. Presupuesto .....	37
8. Cronograma de actividades .....	38
9. La Política Pública para la Industria Creativa en el Departamento Del Atlántico .....	39
10. La Ley 1834 de 2017 y sus necesidades de adecuación .....	44
11. La Política Pública de la Industria Creativa en el Departamento del Atlántico Versus la Política Pública en países líderes .....	50
11.1. Líneas estratégicas de la política de economía naranja.....	52
11.2. Otras fuentes de financiación y apoyo a la economía naranja.....	57
Conclusiones .....	59
Recomendaciones .....	63
Referencias Bibliográficas .....	66

## **Introducción**

El concepto de desarrollo se ha redefinido, ya no prima el aspecto económico para medir la calidad de vida de una comunidad, cada vez es más pertinente contemplar los aspectos sociales y culturales que enmarcan los modos de vida de cada sociedad.

El papel del Estado y sus entes gubernamentales dentro de esta nueva visión de desarrollo está en potenciar al ser humano, fortaleciendo su capacidad para innovar, crear, cooperar y visionar una mejor calidad de vida, proveyendo las herramientas y procurando las circunstancias adecuadas para lograrlo.

En el presente trabajo monográfico se analiza la situación de la política pública para la industria creativa en el departamento del Atlántico, en tres grandes categorías. El primero trata sobre los ejes estratégicos. La segunda trata la creatividad más la innovación y la tercera sobre el emprendimiento creativo. Al final aparecen las conclusiones y se hacen recomendaciones.

## **Resumen**

Esta propuesta se centra en resolver la pregunta ¿Cuál es la situación de la política pública para la industria creativa en el departamento del Atlántico?, a propósito de la línea de investigación “Dinámica organizacional”, que en su sublínea de Gestión de procesos organizacionales”, incluye la temática del impacto de políticas públicas en el desarrollo de proyectos. Esta problemática se abordará, utilizando el paradigma cualitativo y la metodología hermenéutica, para conocer el estado de la política pública para la industria creativa en el departamento del Atlántico, reconstruyendo conocimiento significativo a partir de la construcción hecha en cuanto a normatividades e inversiones realizadas, según Guba, E., & Lincoln, Y. (2002). Se pretende así, generar articulación entre la academia y la función pública con el fin de proponer iniciativas para la adecuación de esta política pública. Es importante anotar que en este proceso de consolidación de la industria creativa surgen oportunidades para la Gestión de proyectos como vía para la toma de decisiones, modernización y competitividad de estas empresas procurando una mejor asignación y aprovechamiento de los recursos escasos, garantizando su sostenibilidad y el logro de su objetivo social.

## **Palabras clave:**

Economía naranja, Economía creativa, Gestión de proyectos, Industria creativa, Política pública.

## 1. Planteamiento del Problema

Según la Cámara de Comercio de Barranquilla (2017), el Carnaval de Barranquilla es uno de los eslabones de gran significancia de la cadena de valor de las industrias creativas y culturales del departamento del Atlántico y de Colombia, debido al impacto económico que genera la puesta en marcha de negocios e inversiones en las áreas de servicio, comercio, industria, transporte, comunicaciones, entre otros.

La base de la Industria creativa es la propiedad intelectual. Según Le Chapelier, citado por Márquez, S (2004): “La más sagrada, la más personal de todas las propiedades es la obra, fruto del pensamiento de un escritor”. En su sentido más amplio se refiere a toda propiedad que proviene del intelecto humano y de la capacidad creadora del hombre.

Si la base de la industria creativa es la propiedad intelectual, se puede afirmar que la industria creativa ha existido siempre, pero solo hasta los últimos años se ha expuesto su valor como motor de desarrollo conllevando a la necesidad de darle la relevancia que amerita. Actualmente, en el departamento del Atlántico existen muchos actores y escasa organización de esta industria. Por tal motivo, desde la Comisión Regional de Competitividad del Atlántico se está organizando el Clúster de Eventos Culturales en el Departamento del Atlántico, ligado al Patrimonio Cultural y orientado a la creación, producción, distribución, y consumo de bienes y servicios asociados.

El tema de Industrias creativas (o economía naranja) aunque es un referente, en el departamento del Atlántico no se ha consolidado por la ausencia de la articulación academia-

cultura que influya para que la empresa privada se vincule al proceso y genere espacios para la difusión de las manifestaciones artísticas que ofrecen los diferentes actores.

“América Latina es altamente creativa, pero necesitamos volvernos más innovadores para lograr mayor desarrollo y prosperidad. Necesitamos que la economía naranja (término inventado por el BID para denominar a la economía creativa) se consolide cada vez más como parte de las políticas públicas orientadas a diversificar nuestras economías, incrementar la calidad de los empleos y, en definitiva, mejorar la calidad de vida de los habitantes de nuestra región”. (El País, 2018)

“En Colombia no se implementan debidamente las políticas públicas por la falta de capacidad para crear simbiosis entre la academia y la función pública, en torno a su estudio e implementación. Como consecuencia, no existe un consenso para definir qué son, qué hacen y cómo funcionan; existen vacíos académicos y técnicos debido al poco tiempo que lleva su utilización y los altos grados de empirismo con que se ejecutan.” (Arroyave, 2011)

Cada vez son más las instituciones y empresas públicas y privadas que involucran el "proyecto" como unidad de análisis de la gestión y herramienta insustituible en la planeación estratégica. Reconozcamos la importancia de la Gestión de proyectos como metodología para el desarrollo de la industria creativa, en los procesos de toma de decisiones, modernización y competitividad de las empresas modernas requieren capacitación y entrenamiento en el ámbito de la gestión de proyectos de sus directivos y empleados, que procuren una mejor asignación y aprovechamiento de los recursos escasos, garantizando su sostenibilidad y el logro de su objetivo

social.

Descrito lo anterior, surge la siguiente pregunta ¿Cuál es la situación de la política pública para la industria creativa en el departamento del Atlántico?



## **2. Objetivos**

### **2.1. Objetivo general**

Analizar el estado de la política pública en la industria creativa en el departamento del Atlántico.

### **2.2. Objetivos Específicos**

- ✓ Revisar el estado de la política pública para la industria creativa en el departamento del Atlántico.
  
- ✓ Identificar las necesidades de adecuación de la Ley 1834 del 2017 en el departamento del Atlántico, por medio de la cual se fomenta la economía creativa ley naranja.
  
- ✓ Comparar el estado de la política pública de la industria creativa en el departamento del Atlántico con la política pública de países líderes en esta economía.

### 3. Justificación

La industria creativa como motor de innovación puede contribuir a la diversificación como herramienta necesaria para contar con una economía competitiva a nivel mundial basada en el conocimiento. De esto se trata en cuanto a la implementación de normatividades en torno a esta economía, denominada también economía naranja. “Para América Latina y el Caribe, la economía naranja significó 1,9 millones de puestos de trabajo en el 2015, comparables con los que genera toda la economía de Uruguay o Costa Rica.” (OIT, 2016)

La economía naranja genera valor y riqueza, empleos e impacto social. Las industrias creativas y culturales en América Latina y el Caribe evidencian que hay un entendimiento claro de la importancia del vínculo emocional con el consumidor, del respeto al patrimonio cultural y del impacto social que son capaces de provocar en el mundo. La preservación del medioambiente y la igualdad social son valoradas, y se busca que las marcas beneficien con justicia a todos los que conforman su cadena de valor.

La Organización Internacional del Trabajo (2016) en su publicación *Panorama laboral 2016 América Latina y el Caribe* trata el impacto de la innovación durante la cuarta revolución industrial, donde productos y servicios no digitales que realzan la cultura y las raíces de los pueblos latinoamericanos, y que al igual que muchos de sus símiles digitales comprometen a sus audiencias en causas sociales como la sustentabilidad, el empoderamiento femenino o la

responsabilidad civil ante el cambio climático.

En el panorama económico y político actual de Colombia se está impulsando la economía creativa o economía naranja como una propuesta en materia de política pública para estimular el sector creativo, lo cual se constituye en una oportunidad para defender la importancia y el impacto que puede llegar a tener esta monografía, como producto de apropiación social del conocimiento.

En cuanto al escenario legal, existe la Ley Naranja y el presidente Iván Duque Márquez, propone que este sector debe ser parte central de la agenda de desarrollo en Colombia. La economía naranja genera en Colombia cerca del 3% del PIB según la OMPI y la meta es duplicarlo en una década o menos. Emplea cientos de miles de personas directa e indirectamente, es una economía limpia y con gran impacto social además de ser una avenida a la sociedad del conocimiento. (Duque, 2017)

Esta monografía se articula con la línea de investigación “Dinámica Organizacional”, específicamente con la sublínea “Gestión de procesos organizacionales”, que aborda dentro de sus temáticas el Impacto de la política pública en el desarrollo de proyectos. A su vez, con esta iniciativa se estará generando un importante espacio de articulación academia-política pública y se pretende aportar a la comprensión de las necesidades de adecuación de la ley 1834 del 2017 o Ley Naranja, en el departamento del Atlántico.

Haciendo una búsqueda rápida de documentos sobre el tema de análisis de esta monografía, se

evidencia que no hay material suficiente, lo que justifica la necesidad de emprender el estudio que se ha propuesto en este trabajo monográfico, pues es menester contar con un referente en este tema.

## **4. Delimitaciones**

### **4.1. Espacial**

El presente proyecto de investigación se circunscribe a la normatividad vigente de la República de Colombia y a los Planes de Desarrollo de la Gobernación del Atlántico.

### **4.2. Temporal**

Los límites temporales se enmarcan en la legislación vigente de toda la norma colombiana sobre emprendimiento y economía naranja; así como a los Planes de Desarrollo “Atlántico más social” y “Atlántico líder” las vigencias 2012- 2015 y 2016 – 2019, respectivamente.

## **5. Marco Referencial**

### **5.1. Marco Teórico**

#### **5.1.1. La cultura como motor de desarrollo.**

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), define a las industrias culturales y creativas como “Aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial”. Es importante anotar que, así las cosas, este concepto abarca tanto a los productos propios de la creatividad humana, ya sean realizados humana o reproducidos industrialmente, como también a todo lo que entra a participar en la cadena de elaboración de dichos productos como la promoción, publicidad, entre otros. (Unesco, 2017).

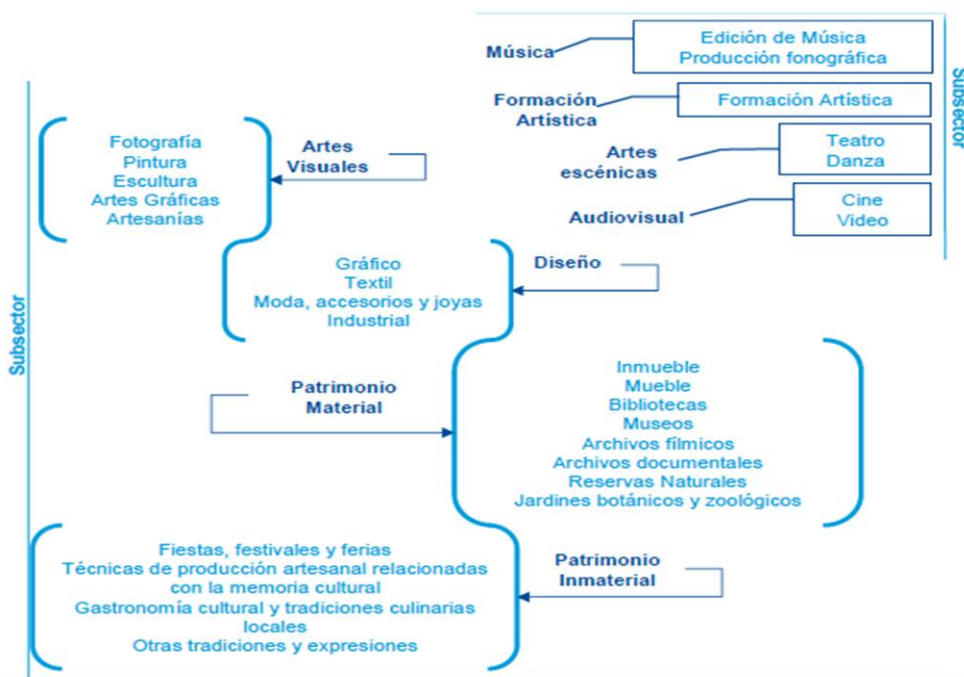
El Banco Interamericano de Desarrollo (BID), define a la economía naranja como “el conjunto de actividades que de modo encadenado permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual”. (BID 2017), a su vez, señala que el universo naranja está compuesto por: 1) La economía cultural y las industrias creativas, en cuya intersección se hallan las industrias culturales convencionales y, 2) Las áreas de soporte para la creatividad.

En términos de formulación de políticas de desarrollo en Colombia, el análisis presentado en el Anuario de Seguimiento y análisis de políticas públicas en Colombia (2019) para el periodo comprendido entre 2007 y 2018, se halló políticas regionales más explícitas sobre el tema y “una

revalorización de la dimensión territorial en las políticas de desarrollo productivo y social” (pg. 136). De igual manera, resalta cómo en el Plan Nacional de Desarrollo 2006 - 2010 se plantean las “particularidades y las capacidades diferenciales de desarrollo de los territorios” (Moncayo, 2019, pg. 147), destacando de esta manera el potencial endógeno y las ventajas comparativas que poseen las regiones para impulsar su desarrollo.

La economía naranja reúne cuatro grandes bloques (Grafico 1): patrimonio ancestral, artes, medios y creaciones funcionales, que aportan más que el café a la economía de Colombia. Representan en nuestro país el 3.4% del PIB y generan más de un millón de empleos entre directos e indirectos. Es un sector donde está la cultura, la tecnología y la propiedad intelectual, una industria limpia porque genera sus propios recursos y, se proyecta como una de las más grandes fuerzas económicas para el país en los años venideros.

Ilustración 1. Sectores y subsectores de la economía creativa.



Fuente: Guía para la elaboración de mapeos de industrias creativas - Ministerio de Cultura

La cultura es el centro de la apuesta por el futuro de Colombia, vinculada a la tecnología, a la propiedad intelectual y a la capacidad de transmitir conocimientos rápidos. En América Latina se tiene un promedio de desempleo juvenil del 16.1% (DANE, 2018), embarazo adolescente, deserción escolar, entre otros problemas de nuestros jóvenes. Esta apuesta brinda nuevos fundamentos para la construcción de la paz impactando a la población “porque una sociedad donde los niños crecen con amor a la cultura es una sociedad que tiene edificado el mayor antídoto contra la violencia” (Duque, 2018). Reconocer la riqueza de los países en el poder de trascender las ideas y convertirlas en un ingreso para generar capital social. Reconocer el talento de los ciudadanos como fuente de riqueza. Estar empleado donde está el talento, genera un elemento de dignidad personal. La economía naranja reconoce la propiedad intelectual como nuevo mecanismo para monetizar y avanzar en la conquista de nuevos mercados.

La superficie y riqueza marítima de Colombia le permite ser el país con mayor diversidad por kilómetro cuadrado después de Brasil, está catalogado como “primer país en riqueza de aves y de orquídeas, segundo país con mayor riqueza de reptiles y anfibios, el 50% de los páramos del planeta están en Colombia, riqueza hídrica equivalente a 6 veces el promedio mundial, costas en los dos océanos, 51% de nuestro territorio es selva tropical húmeda” (Duque. 2017).

En el ámbito de la economía naranja lo ambiental es un activo conocido como crecimiento verde, por lo que rescatar y preservar los ecosistemas naturales se viene consolidando como un importante objetivo, por lo que debe hacer parte de la agenda de desarrollo nacional el tema de la protección de los ecosistemas, entendiendo que el medio ambiente y la economía circular son el futuro y la responsabilidad ambiental es parte estructural de esta nueva forma de creación y



desarrollo. La economía circular se basa en la disminución en la entrada de materiales vírgenes y la disminución en la producción de desechos.

### **5.1.2. Las industrias naranjas en Colombia.**

Para desarrollar una robusta economía naranja se requiere de varios elementos; primero una estructura de política pública, segundo un marco de pensamiento y por último un ecosistema social; éste es el eje central de la propuesta que Duque (2019) plantea a través de las 7i y que también están consignadas en el documento Colombia Crea 2030:

1. Información: Para medir bien el poder de estos sectores, se debe saber cuántas empresas crean, cuantas mueren, por qué mueren, cuánto exportan, donde exportan, cuántas personas emplean. Esta información es necesaria para tomar las mejores decisiones en política pública y emprendimiento; es decir, se debe mapear con efectividad dónde están las industrias creativas, cuántos empleos tienen, con quién contratan, a dónde exportan, entre otros. Según el documento Colombia Crea 2030, el gobierno nacional obtiene información que mide el aporte de la economía naranja al país a partir de entidades como el DANE, junto con la Mesa de información del Consejo Nacional de Economía Naranja, el cual fue activado en octubre de 2018, como los encargados de producir los entregables indispensables como cuentas satélites de TIC, cultura y turismo, el reporte naranja y el sistema de información de economía naranja.

Todo lo anterior para conocer el estado real y contextualizado del ecosistema emprendedor de del país. Pese a lo anterior, por medio del Ministerio de Cultura, el gobierno deja claro que los

territorios deben hacer esfuerzos para levantar información local. La gobernación del Atlántico debe hacerlo para poder focalizar con eficacia la política pública y, por tanto, esta monografía se suma a este fin. La Banca de Desarrollo Territorial Findeter está al servicio de los entes territoriales para tal recolección y levantamiento de información.

2. Instituciones: Es preciso defender la propiedad intelectual y garantizar los mecanismos para el registro y manejo global de la propiedad intelectual. ¿Cómo hacer para que haya instituciones públicas, privadas y público privadas donde las empresas puedan construir y avalar el concepto de responsabilidad cultural empresarial? Que las empresas que apadrinen el sector cultural tengan descuentos tributarios y mecanismo para darse a conocer en la sociedad. En su compromiso y esfuerzos para tal, el gobierno nacional ha dispuesto de unas instituciones robustas para el apoyo: el Consejo Nacional de Economía Naranja (CNEN), que entre sus funciones tiene la de ser asesor y consultor del gobierno nacional, así como formular los lineamientos de la política integradora de la Economía Naranja.

El Viceministerio de la Creatividad de la Economía Naranja es el encargado de la ejecución de las políticas públicas y fomento de estímulos a creación de actividades culturales, artísticas y su investigación, entre otras. La Corporación Colombia Crea, busca acelerar la Economía Naranja y gestionar conexiones internacionales. Finalmente, está la Misión de Sabios, expertos académicos y todo lo que esto significa.

3. Infraestructura: Aquí se incluye una infraestructura financiera y una digital, que permitan que el talento de los jóvenes, incluyendo los de zonas apartadas del país, pueda ser reconocido e

impulsado como instrumento de transformación social. Infraestructura financiera para llegar a esos talentos y dar vida a los centros Sacúdete (salud, cultura, deporte, tecnología y emprendimiento). Ley 1943 de 2018 o ley de financiamiento, ofrece incentivos tributarios para la creación de empresas, con cero pesos en impuestos durante siete años y descuento en la contribución del 100% del IVA, entre otros. Con la infraestructura digital se busca trascender fronteras. La idea es que la infraestructura, la blanda y digital se fusione con la dura. La estrategia Sacúdete hace parte de la Consejería Presidencial para que los jóvenes desarrollen las habilidades blandas y así estar preparados para recibir la cuarta revolución industrial, ampliando sus destrezas. Las Áreas de Desarrollo Naranja (ADN) para fomentar el desarrollo de clústeres creativos y culturales, fortalecimiento de comunidad y mejoramiento de negocios locales.

Así mismo, para cerrar la brecha digital creó la Ley 1978 de 2019 o Ley de Modernización, por la cual se moderniza el sector de la Tecnologías de Información y las Comunicaciones - TIC, se distribuyen competencias, se crea un regulador único y se dictan otras disposiciones. Entre sus objetivos está nivelar las redes 4G y acelerar la implementación de las redes 5G. Amén a las anteriores infraestructuras, están los centros de emprendimiento exponencial, el Sena y el Ministerio de Cultura.

4. Industria: Desde etapas tempranas de formación se debe encontrar la forma de identificar los talentos y nutrirlos para que los jóvenes al graduarse tengan identificado y definido un espacio para hacer de ese talento una fuente de riqueza. Se requiere disponibilidad de fondos de emprendimiento y formación empresarial que permita que se conecten profesiones tradicionales con la economía naranja, para que esos emprendimientos puedan progresar. La idea del Gobierno

Nacional es incentivar y apoyar a la empresa privada para generar cultura emprendedora a partir de un ecosistema industrial que impulse a las industrias creativas. La Red Nacional de Formalización Laboral, promueve y garantiza la empleabilidad de los hacedores de la Economía Naranja. El Fondo Emprender Sena brinda asistencia técnica y capital semilla para los nuevos proyectos. INNpuls Colombia Bancóldex apoya la financiación y asesoría. Fábricas de Productividad para otorgar a los empresarios de las regiones herramientas, de manera permanente para producir bienes y servicios de calidad en la Economía Naranja. El Ministerio de las Tecnologías de Información y las Comunicaciones debe promover, gestionar y financiar proyectos digitales relacionados con la Economía Naranja. También apoya la Dirección Nacional de Derecho de Autor, el Ministerio de Cultura y Emprende.

5. Integración: Crear un micro mercado interamericano de contenidos originales donde los productos pueden ser co-creados, co-producidos, co-distribuidos, co-consumidos y co-protegidos, beneficiando a los países involucrados. Para hacer frente al Desafío de integración latinoamericana, se propone que se unan el patrimonio con la creatividad, de tal manera que nos podamos integrar con el mundo y así generar oportunidades. Para esto hay una serie de estrategias como los Proyectos de Interés Nacional Estratégicos Naranja (PINES), que se enfocan en evolucionar de la minería, el transporte e infraestructura a proyectos que pertenezcan a la economía naranja. Estos PINES tienen una importante inyección de capital privado, generando alto impacto en económico por la generación de empleo y ganancias.

Colombia Crea es una estrategia para facilitar el acceso y disfrute de los bienes creativos que se generan en el territorio colombiano, promoviendo la apropiación cultural (Colombia Crea

2030). Turismo Cultural es otra estrategia cuyo objetivo es promover el turismo de los municipios que representan nuestro patrimonio cultural. La Dirección Nacional de Derechos de Autor busca unir la oferta y demanda entre los autores, artistas y consumidores para la dinamización de la economía naranja. También está la oferta de contenidos creativos y, por último, la Agencia Presidencial de Cooperación Internacional para la cooperación no reembolsable de proyectos relacionados con la Economía Naranja.

6. Inclusión: Cuando la sociedad del conocimiento es incluyente, desaparecen las brechas que vienen dadas por las capacidades económicas de los padres, se construye una sociedad donde las ideas fluyen y la generación de empleo cultural permite que el talento se multiplique, a través de la propiedad intelectual y generando ingresos. A partir de la Economía Naranja el gobierno cree que se puede construir ciudadanía porque ésta no pertenece a un estrato en particular, sino que puede permear a todos los niveles y necesidades del país y así reducir los niveles de inequidad.

Las estrategias se apoyarán en el Ministerio de Trabajo para que se rediseñe el servicio público de empleo y la oferta de trabajo. Los Beneficios Económicos Periódicos (BEPS Naranja) darán protección para los gestores culturales en su vejez a través de Colpensiones, con un sistema de ahorro flexible y voluntario, pues muchos de ellos no logran cotizar pensión. También el Ministerio de Cultura financiará los proyectos naranjas para fortalecer los procesos artísticos y culturales. La Iniciativa Talento Digital del Min TIC busca fortalecer las habilidades de las personas para que el talento humano se robustezca y brinda más opciones de crecimiento a este sector. El Ministerio de Cultura también buscará incluir la formación creativa en todos los niveles de formación. Esto se suma al SENA y el ICETEX con sus becas para la formación de

actores creativos y culturales.

7. Inspiración: A través de casos exitosos demostrar que en la economía naranja hay una gran oportunidad para lograr el cambio, dando a la cultura un lugar en la agenda de desarrollo para generar el nuevo ciudadano del Siglo 21. Se busca promover un cambio de mentalidad y cultural, de tal manera que la ciudadanía se apropie de la producción creativa y cultural. La Cancillería organizará eventos como la Gran cumbre de economía naranja, para posicionar a Colombia con líder regional y mundial. La artesanía en Colombia será protegida con derechos de autor y se apoyará en los sellos de origen. Colciencias apoyará en el registro de patentes. Esto unido a la Dirección Nacional de Derecho de Autor, con el fin de salvaguardar este aspecto tan importante y que los autores apuesten por crear, amparados en la ley.

En las conferencias más recientes de Iván Duque aparece un nuevo elemento que tiende a ser nombrado como la 8i, no será incluido en el análisis, pero se describe como:

8. Individuo: La propiedad intelectual no puede seguir siendo privilegio de unos pocos. Hay que pensar en una educación creativa a futuro y para ello motivar los talentos de los niños desde etapa temprana. Se requiere la personalización del sistema educativo para que entre un niño y salga un ciudadano competente para la generación de capital. Promover en la educación las facultades orientadas a las áreas creativas. Enseñar la propiedad intelectual y buscar la conexión entre los alumnos de las áreas creativas y las tradicionales. El valor agregado de los productos en la economía mundial depende cada vez más del diseño. Incubar adecuadamente la industria

creativa y no dejarla crecer de manera Silvestre, beneficiando a unos pocos. (Duque, 2018).

### **5.1.3. Organización para el emprendimiento naranja.**

Las cooperativas de negocios y empleo proporcionan la gestión, el apoyo administrativo y los servicios profesionales que los creativos autónomos necesitan para ganarse la vida. Los espacios específicos para innovadores, empresarios y eventos como los hackatones han surgido en los centros urbanos de toda América Latina y el Caribe. Estos nuevos centros creativos con las miras puestas en el futuro albergan una forma nueva y creciente de cooperativas de negocios y empleo que están proporcionando gestión, apoyo administrativo, servicios profesionales y otros recursos necesarios para que los creativos se ganen la vida. Funcionan como ventanillas únicas para amplificar la producción creativa y los negocios de impacto social.

La popularidad de estos espacios físicos ha impulsado a numerosos trabajadores autónomos a explorar nuevas maneras de colaborar en beneficio mutuo. Al repartir los riesgos, aumentar el acceso al capital, distribuir los recursos, y brindar capacitación y actualización en materia de habilidades, estas nuevas cooperativas están ayudando a diversos profesionales con valores compartidos a trabajar en la economía creativa y cultural.

La economía digital traerá consigo más alianzas empresariales entre los trabajadores autónomos en las industrias creativas y culturales para apoyar la asunción de riesgo y la innovación. Al tener mayor seguridad en cuanto a ingresos periódicos, acceso a capital y formación, más personas verán viable y fructífero su proyecto de vida en las artes creativas. Actualmente está en marcha un gran caudal de experimentación para determinar cuál es la mejor

manera de servir las necesidades de salud, económicas y sociales de los trabajadores independientes.

Las redes de trabajadores que se han formado en torno a valores compartidos se han situado a la cabeza en el diseño de modelos innovadores que pueden apoyar a los empresarios sociales. A medida que los modelos de plataformas enfocadas en cooperativas se consoliden, el reto será asegurarse de que sean conocidas y estén disponibles no solo para los expertos en tecnologías digitales y quienes están bien conectados. Socializar y validar estas nuevas formas de trabajo será crucial para aprovechar la oportunidad de aumentar las opciones de empleo en toda América Latina y el Caribe.

Los gobiernos encuentran maneras de disminuir el riesgo de la economía creativa y cultural mediante una combinación de esquemas de financiamiento, canales de inversión y redes de protección social. La economía creativa y cultural es especialmente volátil para los productores y empresarios de pequeña escala. El ingreso es variable e incierto. El capital para nuevas empresas creativas es escaso, sobre todo durante los períodos de inestabilidad económica. Para muchos jóvenes creativos, el mayor problema es encontrar financiamiento para comenzar; es decir, para probar ideas, elaborar prototipos y construir. Estas dificultades aumentarán a medida que el trabajo se vuelva cada vez más fragmentado, flexible e inseguro.

Los gobiernos en todos los niveles están probando un conjunto cada vez más diverso de políticas diseñadas para que el trabajo en la economía creativa y cultural sea financieramente viable. En este documento se revisan los avances en el departamento del Atlántico, en materia de



la política pública para la industria creativa. Una combinación de micro ayudas, nuevos canales para la inversión, incentivos, créditos fiscales y redes de protección podrían ayudar a los creativos a crear formas de sustento que sean sostenibles y resilientes a la disrupción económica. Desde el asesoramiento económico hecho a la medida hasta el ingreso básico y una definición más holística de lo que tiene valor, los nuevos programas y políticas podrían invertir la tendencia para aquellos que trabajan en la economía creativa y cultural.

La Economía Naranja en la República de Colombia se ha trazado, a partir de una normatividad, siendo necesario que en todo el territorio nacional se implemente. Desde la economía de la innovación se hace énfasis en aquellos territorios donde se nota un atraso; la innovación es vista como una oportunidad para transformar su realidad, desde sus características y contextos, acompañado del Estado, de territorios de mayor avance y de universidades con mayores capacidades.

## **5.2. Marco Conceptual**

*Economía naranja.* Siendo la Economía Naranja el concepto alrededor del cual se desarrolla este proyecto, es preciso iniciar por definirla claramente. Fue utilizado por primera vez en Colombia por Buitrago Restrepo y Duque Márquez en el año 2013, para resaltar a la economía y la cultura como ecosistema económico, resaltando que el color naranja tiene un valor simbólico y

una identidad cultural que inspiran felicidad. (Duque y Buitrago, 2013)

El DANE, citando a Duque y Buitrago (2013), en su primer reporte de Economía Naranja 2019, la define como “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”. Así mismo, delimita tres grandes áreas: Artes y patrimonio, Industrias culturales convencionales y Creaciones funcionales, nuevos medios y software. (Banco Interamericano de Desarrollo. Duque y Buitrago. La Economía Naranja. Una oportunidad infinita 2013).

Dentro del área de Artes y patrimonio se encuentran las artes visuales, artes escénicas y espectáculos, turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, educación en artes, cultura y economía creativa. El área de Industrias culturales convencionales incluye la editorial, fonográfica, audiovisual y, las agencias de noticias y otros servicios de información. Finalmente, el área de Creaciones funcionales, nuevos medios y software incluye medios digitales y software de contenidos, diseño y publicidad.

Tabla 1. Componentes de la economía naranja

Artes y patrimonio	Industrias culturales convencionales	Creaciones funcionales, nuevos medios y software
Artes visuales Artes escénicas y espectáculos Turismo y patrimonio cultural material e inmaterial Educación en artes, cultura y economía creativa	Editorial Fonográfica Audiovisual Agencias de noticias y otros servicios de información	Medios digitales y software de contenidos Diseño Publicidad.

Fuente: autoría propia.

***Economía creativa.*** Por otro lado, Economía creativa es el término que a nivel internacional se utiliza para referirse a Economía naranja y que se viene utilizando desde el año 2001, según lo referencian Hernández Madroñero, Ospina Díaz, Londoño-Cardozo, & Tello-Castrillón (2019). Howkins empieza a utilizar el término Economía creativa en el año 2001, en su libro *The Creative Economy: How people make money from ideas*, al referirse a los modelos de negocios relacionados directamente con las industrias culturales, creativas y de generación de ideas. Según Howkins, ni la creatividad ni la economía tienen novedad; lo nuevo es la naturaleza y el alcance de la relación entre ellas y la forma en que generan riqueza y valores extraordinarios. (Howkins, 2001).

***Política pública.*** En cuanto a Política pública, Denhi Rosas Zárate (2014) la política pública como aquella lógica racional, cristalizada en una manifestación político-administrativo y social resultado de un intento de definir y estructurar una base para actuar o no actuar por parte del gobierno con otros actores, (empresarios, sociedad civil, asociaciones privadas, mujeres, jóvenes, personas adultas mayores, personas con discapacidad, indígenas, migrantes, etc.), que se encuentran interrelacionados en un momento y lugar específico.

## **6. Metodología**

### **6.1. Enfoque y paradigma de investigación**

La investigación cualitativa, como afirma Cerda (1991), particularmente en el campo de las Ciencias Sociales, se asocia con el paradigma cualitativo-interpretativo. Este paradigma se caracteriza por hacer uso de las técnicas de descripción, clasificación y explicación. El paradigma, según Kuhn (2013), obliga a los científicos a investigar alguna parte de la naturaleza de una manera tan detallada y profunda que sería inimaginable en otras condiciones. Precisamente, en coherencia con la intencionalidad teleológica de esta investigación, el paradigma cualitativo-interpretativo es el que más se ajusta a las necesidades del presente estudio. Se escoge este paradigma porque una de sus características es que percibe las relaciones humanas de manera dinámica y es producida por la sociedad. El conocimiento es un hecho social producto de la interacción de los individuos, lo que le hace cambiante, constatable y perfectible. El fenómeno del emprendimiento presente en los grupos que se dedican a la producción y comercialización de productos y servicios culturales permite ser tratado de una manera contextualizada desde cada sector y su percepción.

Todo enfoque y paradigma de investigación hunde sus raíces en la filosofía, la cual lo concibe y sustenta teóricamente. Por eso mismo es menester dejar claro que se hará referencia a este sustento desde la filosofía escogiendo lo más significativo que se refiere a la cualidad y a la interpretación, deteniéndose en la hermenéutica. El enfoque cualitativo permite tratar una serie

de fenómenos que desde lo cuantitativo resultaría muy difícil estudiarlos y se caracteriza por ver las cosas desde el punto de vista de las personas que están siendo estudiadas. (Castillo y Vásquez 2003). Esta característica del enfoque cualitativo es importante para poder acceder al conocimiento de cómo la economía naranja, a partir del patrimonio cultural del Atlántico, es fuente de desarrollo económico para algunas personas o familias.

El paradigma de investigación apropiado, por el mismo hecho, es el hermenéutico, porque se necesita acceder a la interpretación de los datos con que nos encontramos en medio de este estudio y que reclaman tal. A diario estamos utilizando la hermenéutica debido a la búsqueda constante que, como seres pensantes, nos hacemos de lo que ocurre a nuestro alrededor, las señales, los gestos, los símbolos y palabras de la realidad que se nos presenta. Es más, la voz *ερμηνεια* (hermeneia) significa la expresión de un pensamiento, explicación y sobre todo interpretación de este (Ferrater Mora, 1994). Esta conceptualización que se nos ofrece desde la Filosofía nos indica que es necesario el uso de la hermenéutica como paradigma de investigación, pues lo que este trabajo tiene como objetivo es acercarnos a las políticas públicas que han hecho del emprendimiento creativo un vehículo de desarrollo y bienestar. Estos ejes estratégicos gubernamentales presentan unas experiencias que se deben interpretar.

La hermenéutica, según Shleiermacher (1999), en el plano de las sagradas escrituras deja claro que la interpretación no es algo externo a lo interpretado. La precisión que hace Scheleimacher es oportuna en cuanto que no podemos perder de vista que en el análisis interpretativo que se pretende hacer en el presente estudio, referente a lo expresado por las personas con que se entre en contacto, no puede verse alejada ni de su contexto ni de su realidad,

sino que la coherencia interpretativa es un requisito para que tenga validez la hermenéutica realizada. Ahora bien, una amenaza que podría surgir en la utilización del paradigma hermenéutico es creer que se puede hacer una interpretación arbitraria. Sin embargo, Dilthey (2000) nos exhorta a tener en cuenta que la hermenéutica no es una técnica auxiliar, sino que es un método alejado de la arbitrariedad romántica y busca fundamentar la validez universal de la interpretación histórica (Ferrater Mora, 1994). La claridad conceptual con que Dilthey trata el tema hermenéutico nos da bases suficientes para no dudar de la validez de esta herramienta para acercarnos al plano epistemológico que nos hemos trazado. Es más, Dilthey considera que la experiencia concreta y no la especulación, es el único punto de partida para desarrollar las ciencias humanas. En el caso de nuestro estudio sobre la formulación de políticas públicas en el Departamento del Atlántico, es una fuente de información que propiciará una serie de conocimientos interesantes en el ámbito académico. Es valioso el aporte que en este aspecto nos hace el autor porque la labor del hermeneuta es, por decirlo de alguna manera, ver más allá de lo que una persona, en un momento y contexto dado, ve; comprender más de lo que un sujeto cognoscente comprende. Estos sujetos pueden estar aportando mucho más de lo que ellos mismos creen. Es aquí donde la herramienta hermenéutica se nos presenta oportuna y esencial para poder comprender e interpretar cómo un sector emergente de la economía es fuente de desarrollo para un grupo de personas que se han beneficiado de una posible estrategia de emprendimiento gracias al patrimonio cultural que el departamento tiene. Cabe recordar que el paradigma de investigación escogido también se aplica a la literatura que sobre el presente estudio se encuentre y sea oportuno citarle, es decir, que está en función de la información que

nos llega por parte de los sujetos y de los textos.

## **6.2. Diseño metodológico**

Los postulados de Habermas, para este caso, el interés práctico que da origen a las ciencias histórico-hermenéuticas, de naturaleza cualitativa han implicado, entre otras cosas, la legitimación de una racionalidad distinta, la racionalidad hermenéutica a través de la cual se dé “un proceso de construcción de conocimiento reconocidamente subjetivo e intersubjetivo al que se ha pretendido dar validez y confiabilidad epistemológica” (F. Cisterna. 2005), haciendo uso de la rigurosidad científica con el uso de técnicas de análisis de información.

Por otra parte, Heidegger (2003), tiene claro que con la hermenéutica crece la posibilidad de una comprensión más radical del problema del ser. Este punto de vista del pensador es importante tenerlo en cuenta en este trabajo porque nos interesa incursionar en lo que algunas personas piensan sobre la actividad económica que les representa la identidad cultural, la creatividad e innovación y lo que gracias a ella son. El carácter ontológico de lo anterior es fundamental para realmente conocer la respuesta a la problemática planteada y es por esta misma razón que la hermenéutica es afortunada en el direccionamiento a la misma, como afirma Heidegger. De hecho, él mismo enseña que la fenomenología del Dasein es hermenéutica, en la significación originaria de la palabra, significación en la que designa el quehacer de la interpretación. Este “ser ahí” en la investigación que se adelanta, demanda ser abordado y según el rastreo documental, no se ha realizado en el contexto específico de los emprendimientos

culturales asociados a manifestaciones del patrimonio del Caribe colombiano.

Se realizó una búsqueda documental en material disponible en páginas web, bibliotecas virtuales y bases de datos de uso libre. También se realizó una búsqueda en las investigaciones recientes realizadas en relación con identificación y reconocimiento del patrimonio cultural del Departamento del Atlántico.

### **6.2.1. Tipo y técnica para la recolección de información.**

Dentro de los tipos de investigación que hacen parte de este paradigma está el estudio de caso, entendido como una estrategia de investigación dirigida a comprender las dinámicas presentes en contextos singulares (Eisenhardt 1989 en Martínez P.), ya que está comprobado su pertinencia como instrumento validado para la investigación cualitativa en el estudio de organizaciones no empresariales, de cuyos resultados se han constituido bases para la formulación de las teorías que configuran diversos ámbitos. La estrategia de diseño de la investigación es “la selección del escenario desde el cual se intenta recoger información pertinente para dar respuesta a las cuestiones de investigación” (Rodríguez Gómez, Gil Flores, & García Jiménez, 1996).

El estudio a partir del caso escogido muestra una estructura completa de una situación ejemplar que vale la pena estudiar a fondo, para buscar esa esencia en el caso, que abra paso a un nuevo conocimiento o perspectiva, la cual puede aplicarse en otros casos con contextos similares. Este caso se enmarca en el estudio del impacto de un modelo de desarrollo departamental a partir de la inversión en la dinamización de los emprendimientos creativos o industrias naranja en el Departamento del Atlántico, reconocido culturalmente por sus



manifestaciones culturales, principalmente por el Carnaval de Barranquilla, que se alimenta del acervo patrimonial oral y tangible de la mayoría de los municipios del Departamento. A partir del este contexto se puede evidenciar si la estrategia aplicada obtuvo los resultados esperados y si es posible que este fenómeno pueda darse en otros Departamentos del país. En este aspecto se habla entonces de transferibilidad, la cual, en el campo de las ciencias sociales, tiene aplicabilidad principalmente por la similitud en los contextos. (Palacio, 2014)

### **6.2.2. Recolección y análisis de la información.**

En el proceso de construcción del conocimiento se abre paso a la categorización –análisis- interpretación de la información, para la contrastación con las teorías del marco teórico referencial. Para ser coherentes con este tipo de estudio se trabajó sin supuestos teóricos o hipótesis, que generan ideas preconcebidas del fenómeno estudiado, así las teorías y paradigmas presentados en el estudio son producto del análisis de los datos recolectados en el proceso en espiral presentado en esta investigación. Todo este proceso tiene el propósito de comprender, mediante el caso de estudio, la realidad de la comunidad y el cambio logrado (Palacio. 201x).

Esta construcción del conocimiento se hace a partir de la estructuración y condensación de la información obtenida de las entrevistas a los sujetos, actores del proceso a estudiar, que se da mediante la categorización, estructuración y condensación de la información. El proceso de reunión y cruce dialéctico de toda la información recabada, se denomina triangulación hermenéutica y constituye en el corpus de resultados de la investigación (Cisneros, 2005); a partir de los criterios de pertinencia y relevancia se distingue la información útil de la trivial, luego se extraen conclusiones ascendentes, agrupando las respuestas por tendencias que parte de

las subcategorías, pasan por las categorías y llega hasta inferir las opiniones relacionadas a las preguntas centrales de investigación.

### **6.3. Categorización de variables apriorísticas**

Para la recolección y organización de la información se formulan una serie de categorías cualitativas (apriorísticas) que representan las características que en un momento dado del estudio e investigación se hacen observables y ciertas cualidades en las variables a observar en la investigación documental y de la contextualización. Surgen entonces 3 categorías apriorísticas que se constituyeron en los tópicos centrales que focalizaron la investigación:

**Creatividad+Innovación cultural:** Es la capacidad individual o grupal de percibir y pensar de forma original, novedosa y útil para la sociedad (Guilera-Agüera, 2011 en Cortizas, M. J. I., & García, M. L. R. (2013)). Está ligada a la percepción de capacidad, identidad individual y experiencia de vida.

**Ejes estratégicos departamentales:** Son estrategias de desarrollo basadas en la concentración de inversiones en proyectos que pretenden un alto impacto en la economía y sobre todo en la calidad de vida de los ciudadanos.

**Emprendimiento creativo:** Capacidad para la oferta de bienes y servicios propios de la creatividad y los saberes, formulados a partir de la concepción de una sociedad del conocimiento

y de la potenciación del talento regional.

#### 6.4. Estructuración de categorías aplicadas

A partir de las categorías conceptuales que surgieron de la organización se estructuró la información recopilada en la indagación documental, después se identificaron algunas subcategorías emergentes. En la tabla 1 se muestran las categorías emergentes o no contempladas en la formulación original, que se definieron para esta investigación y que complementaron los hallazgos realizados.

Tabla 2. Matriz de categorización y subcategorías emergentes fijadas para la investigación.

Categoría apriorística	Subcategoría emergente
Creatividad+innovación cultural	Iniciativas públicas y privadas o mixtas Inversión social Propiedad intelectual
Ejes estratégicos departamentales	Legislación nacional Formación de competencias Planes de desarrollo
Emprendimiento creativo	Empresarismo Organización empresarial Bienes y servicios Fuente de empleo Calidad de vida

Fuente: Autoría propia.

## 6.5. Triangulación

“La interpretación de la información constituye en sí misma el “momento hermenéutico” propiamente tal, y por ello es la instancia desde la cual se construye conocimiento nuevo en esta opción paradigmática” (Cisterna, 2005).

Según Cisterna (2005), investigar desde la racionalidad hermenéutica implica adelantar todos los pasos necesarios para lograr “construir conocimiento a partir de procesos de interpretación”, donde la validez y confiabilidad del conocimiento se evidencian desde el momento mismo que el investigador formula su pregunta problema, entendiéndose que ha dedicado todo el esfuerzo necesario para garantizar la pertinencia y credibilidad del método implementado.

Para el análisis de los datos recolectados en el estado del arte, como uno de los procedimientos más utilizados en la operativización de criterios de rigor en la investigación cualitativa (Sandín, 2000) que garantiza la credibilidad de los resultados, se realizó la triangulación de la información entre estamentos a fin de establecer comparaciones significativas del cruce de las conclusiones categoriales a las preguntas de investigación. En la tabla 2 se presenta la manera como se desarrollaron las categorías en relación con los objetivos y preguntas de investigación que este trabajo se propone responder, de tal manera que la información que se analizó se oriente en profundidad al estudio del tema deseado.

Tabla 3. Despliegue de la categorización apriorística.

Ámbito temático	Gestión de procesos organizacionales y el Impacto de la política pública en el desarrollo de proyectos	
Objetivo general	Analizar el estado de la política pública en la industria creativa en el departamento del Atlántico	
<b>Preguntas de investigación</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Categorías</b>
¿Existe un directriz política para el fomento de la industria creativa en el Atlántico?	Revisar el estado de la política pública para la industria creativa en el departamento del Atlántico.	Ejes estratégicos
¿La política pública nacional responde a las iniciativas mundiales?	Comparar el estado de la política pública de la industria creativa en Colombia con la política pública de países líderes en esta economía.	Creatividad+innovación cultural
¿Se estableció una buena estrategia organizacional para fomentar la economía creativa en el Atlántico?	Identificar las necesidades de adecuación de la Ley 1834 del 2017 en el departamento del Atlántico, por medio de la cual se fomenta la economía creativa ley naranja.	Emprendimiento creativo

Fuente: autoría propia.

## 7. Presupuesto

Discriminación de gastos efectuados para la realización de la investigación y el informe del trabajo de grado.

Descripción	Cantidad	V. Unitario	Total
Uso de computador e internet	500 horas	2.000	1.000.000
Impresiones	20 unid.	1.000	20.000
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>			<b>1.020.000</b>



## **9. La Política Pública para la Industria Creativa en el Departamento Del Atlántico**

La capacidad de transformar elementos culturales y sociales en “mercancías con contenidos simbólicos, que son concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza” (Ramón Zallo, citado en Rey, 2009), les permite a las industrias creativas constituirse en un robusto motor del desarrollo económico para las naciones que deciden aprovechar su riqueza cultural. Por ello, en economías en desarrollo y con poca capacidad industrializada, las industrias culturales y creativas son una estrategia para “la generación de recursos económicos” y propiciar los espacios necesarios para “el ejercicio de los llamados Derechos Culturales”, cada vez más relevantes en cuando a la necesidad de reconocimiento y revitalización de la identidad cultural de las comunidades locales (Rey, 2009).

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo –PNUD, tiene definida su estrategia para la implementación de los objetivos de desarrollo sostenible y cada país incorpora en un acto legislativo su compromiso para la inclusión de la Agenda 2030 en sus instrumentos de planeación, como los planes de desarrollo y el CONPES sobre Objetivos del Desarrollo Sostenible - ODS en el caso de Colombia; aunque no existe un objetivo específico que trate el tema de la cultura como motor del desarrollo, podemos decir que los aspectos culturales, creativos e innovadores se encuentran presente transversalmente en los ODS; sin embargo, es importante señalar que mediante los objetivos 8 y 9: “Promover El Crecimiento Económico Inclusivo y Sostenible” y “Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación”, el PNUD trabaja orquestadamente con los gobiernos en la ejecución de programas para diseñar y aplicar políticas de desarrollo sostenible



que promuevan el crecimiento inclusivo e integren todos los estamentos de la sociedad. Su valoración de los ODS en Colombia dice “Las industrias creativas y culturales, por otro lado, aportan el 2,1% de la oferta laboral del país y emplean a más de 430 mil personas (UNESCO, s. f.), además de posicionar a Colombia como ejemplo latinoamericano en desarrollo de la economía naranja (Luzardo, De Jesús & Pérez, 2017), justificando la necesidad de seguir apostando a dichas industrias”.

Quienes más han avanzado en la discusión sobre los bienes y servicios culturales frente al desarrollo, entendido como bienestar según la percepción de los sujetos y la garantía de los derechos culturales, han sido los países europeos- (Reyes, 2009), que llevan un trabajo estructurado de más de 10 años; han adelantado estrategias y políticas sobre cómo los bienes y servicios culturales frente al desarrollo se convierten en garantía de los derechos culturales.

La inclusión de las industrias creativas o “naranja” dentro de la agenda gubernamental tiene un amplio recorrido en Europa; países como el Reino Unido empezaron a realizar un completa medición de los impactos sociales y económicos luego que desde el espectro político, se reconoció que “la cultura y las actividades creativas además de ser un elemento del comportamiento social y de la construcción de la identidad, constituyen un sector económico de igual importancia que otros en la economía de este país” (Burgos, S., & Genoveva, P.,2015).

Históricamente se reconoce al Tratado de Maastricht, de 1992, como el primer gran paso de políticas culturales europeas; de igual manera la Carta de navegación de la Unión en su Artículo 151, dice que “le compete a la Comunidad favorecer la cooperación entre Estados, apoyar y

complementar sus acciones en el ámbito de los intercambios culturales no comerciales y la creación de bienes artísticos” (Reyes, 2009). En Europa la visión de las industrias creativas y culturales está enfocada a integrar una unidad política y de ser una potencia económica que dinamice y jalone el desarrollo de los países. Para alcanzar este fin adelantaron las acciones necesarias para que los rasgos culturales y las políticas gubernamentales puedan establecer un diálogo que parta desde el reconocimiento de sus diferencias. Los países europeos dedicaron mucho esfuerzo en la búsqueda de un núcleo común, de una idea identitaria que les permitiera trazar fines conjuntos, este el propósito de la comunidad europea, que valora tanto las diferencias de las nacionalidades que componen la Unión, como la de los sujetos inmigrantes que llegan a ser parte ella.

El apoyo dado a las industrias creativas se reflejó en resultados económicos manifestados en aportes al PIB, la generación de empleos y los contundentes montos en la balanza comercial, que fueron especialmente medidos por instrumentos específicos, como por ejemplo los datos aportados por el informe *International Flows of Selected Cultural Goods and Services, 1994 – 2003*, que reveló que el comercio mundial de bienes culturales pasó de 38.3 billones a 59.2 billones de dólares, o el informe presentado por IKE que determinó en 654 billones el aporte de las industrias culturales la Unión Europea, lo cual representó el 2.6% del PIB en el año 2003.

En América Latina con la promoción de iniciativas de organizaciones creativas y culturales más articuladas empieza la incursión del tema, entendido como una de las dimensiones del desarrollo, en la construcción de políticas públicas. Actuaciones como la declaración de Brasilia en agosto de 1989, evidenció el cambio en la manera como se “pensaba la Cultura en función de

la integración y del Desarrollo regional, privilegiando de esta forma la circulación de bienes y servicios, los medios audiovisuales, el libro, la biblioteca y el fomento a la lectura” (Reyes, 2009)

Dentro de las diferentes definiciones sobre las IC se encuentra como elemento común, su calidad de bienes protegidos por el derecho de autor y derechos conexos, por lo cual se recalca la necesidad de fomentarse mediante políticas públicas. Originalmente se emprendieron trabajos de investigación que involucraban a los Ministerios de Cultura e institutos de estadísticas con el fin de contar con elementos que justificaran la asignación de los siempre escasos recursos, en inversión para los emprendimientos; siendo necesario mencionar que estos estudios se orientaron principalmente a medir el impacto económico, denominado economía de la cultura, haciendo poco énfasis en su influencia en el desarrollo y la libertad de los ciudadanos. Una práctica de los últimos años es la implementación de acciones gubernamentales descentralizadas y nacionales a favor de cada uno de los sectores de las Industrias Creativas; ejemplos de ellos son los diversos Observatorios y Cuentas Satélites de Cultura.

Entendido que para el desarrollo de cualquier actividad que impacte en la economía del país se requiere una legislación que establezca no solo parámetros legales sino también presupuestales, en Colombia se evidencian dos momentos en que se estructuró la política de emprendimiento e industrias culturales; estos son el Conpes 3659, “Política nacional para la promoción de las industrias culturales en Colombia” del 26 de abril de 2010 y la ley 1834 del 23 de mayo de 2016, “por medio de la cual se fomenta la economía creativa o ley naranja” (Rey, 2017), convirtiéndose en los marcos de referencia nacionales para que los gobiernos locales fusionen estas a sus planes de desarrollo, dando continuidad y pertinencia a los lineamientos

nacionales y ejecutando coherentemente las políticas públicas nacionales en materia de desarrollo.

Otros ejemplos latinoamericanos que pueden citarse, es como la Secretaría de Cultura de México, a partir de la Ley de Fomento Cultural de 2004 reguló, en sus artículos 4o y 5o, a las Industrias Culturales como empresas cuya finalidad es la producción, la distribución y la comercialización masiva de productos culturales. Mientras que otros, como el MERCOSUR, siguiendo los lineamientos de la Tercera Reunión Técnica de las Industrias Culturales de 1997, comenzaron a hacer referencia para la administración y gestión cultural a las IC como a aquellas que, a partir de una creación individual o colectiva, sin una significación inmediatamente utilitaria, obtienen productos culturales a través de procesos de producción de la gran industria”. (Reyes, 2009).

Por lo anterior, a nivel internacional se reconoce a Colombia, junto con Argentina, Chile, Brasil y México, como unos de los países que más han avanzado en el tema de una política pública para el fortalecimiento de las industrias creativas, cuyo más reciente logro fue alcanzado el 30 de mayo de 2018, cuando el país fue admitido como miembro formal de la OCDE (Anuario, 2018, pg. 175).

## 10. La Ley 1834 de 2017 y sus necesidades de adecuación

La promulgación de una política pública para promover el desarrollo local con identidad territorial implica un conocimiento de las fortalezas y oportunidades que el entorno ofrece; es decir, distinguir desde lo geográfico, cultural y natural las ventajas absolutas que hacen a una comunidad o región atractiva para el desarrollo enfocado en la producción de bienes y servicios de carácter creativo e innovadores. La identidad territorial es un insumo inagotable para otorgar a productos y servicios “un entramado que represente costumbres, lugares naturales característicos, industrias locales, fiestas, o cualquier aspecto que sea parte del contexto social, cultural, económico propias de la región, a fin de gestar productos endógenos y emblemáticos” que le permitirán, desde lo local, participar en mercados globalizados (Solís Sánchez, 2019).

En Colombia, se evidencia un cambio de la formulación y promoción de esta nueva visión que involucra la participación ciudadana, la transformación social, .... se destaca entre muchos la oferta de estímulos ofertada por el Ministerio del Interior entre 2015 y 2017, junto con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), con las tres versiones del Banco de Iniciativas; estas actividades formuladas desde una política pública que reconoce y promueve la diferenciación e identidad regional como elemento crucial en el desarrollo de las comunidades, se hace visible cuando se plantea la necesidad Plan de Desarrollo con Enfoque Territorial (PDET) para algunos municipios de condiciones sociales particulares. Otro apunte importante es el reconocimiento del “tejido social en los distintos rincones del territorio colombiano, es decir, el capital social hasta ahora desconocido” (Marín y Trejos, 2018, pg. 22) en el reconocimiento que se hace al trabajo adelantado por las organizaciones sociales y que contribuyen a la

sostenibilidad, innovación social y el desarrollo comunitario; reflejado en la voluntad política reflejada en las intenciones para lograr una mejor interacción con estas organizaciones.

Si desde el gobierno nacional se plantean los direccionamientos de las políticas públicas, corresponde a los entes gubernamentales de carácter regional y local formular soluciones mediante respuestas enfocadas a lo particular “repensando antiguos modelos enfocados al crecimiento económico” (Reyes, 2017), de la mano del desarrollo sociocultural, es decir, apostar por el desarrollo endógeno; en esta *estrategia* el sector público se constituye en un actor que vincula al sector privado y a la comunidad de donde emergen los emprendedores. Los entes gubernamentales articulan esta simbiosis a partir de la formulación de políticas públicas a proveer o mejorar condiciones de infraestructura, capacitación y motivación del capital humano, reestructurando su burocracia en aras de ofrecer la atención que la sociedad requiere. Los fines de una política pública son: 1. Redistribución de la riqueza; 2. eliminación de la pobreza; 3. Integración de sectores productivos y 4. Bienestar social.

Ya desde su presentación el Plan de desarrollo 2016-2019 “Atlántico Líder”, establece como objetivo “Incrementar los esfuerzos que encaminen al Atlántico por senderos de mayor competitividad, para atraer a nuestro territorio mayor inversión productiva y consecuentemente, empleo y trabajo” (2016), para lograr de manera coherente cambios en la calidad de vida de la población atlanticense. El Plan contempla también el cumplimiento de los Objetivos del Desarrollo Sostenible, la sostenibilidad ambiental y el mejoramiento de la calidad de vida desde

una visión humanística que se refleje en el bienestar de las personas.

Todo lo anterior se operacionaliza en los ejes estratégicos del plan de desarrollo; para el estudio actual se identificaron los ejes 2, Productividad en acción y 3, Inversión social responsable, como los directamente relacionados con una proyección hacia la economía naranja y especialmente a las industrias culturales.

Como parte de la ejecución del Plan de desarrollo 2012 - 2015 “Atlántico más social” se encontraron varios proyectos relacionados con el emprendimiento, la creatividad y la innovación, es decir, fortalecimientos de capacidades que potencia la economía naranja (Tabla 4), pero no se evidenció una línea estratégica orientada a las industrias creativas.

Tabla 4. Proyecto con recursos del SGR asignados entre 2013 -2014.

Proyecto	Inversión
Desarrollo humano integral y fortalecimiento microempresarial, a través del mejoramiento de las capacidades competencias y destrezas de la mujer en todo el Departamento del Atlántico, Caribe	5.682.458.500,00
Desarrollo temprano de competencias, habilidades y capacidades de indagación e inventiva. Departamento del Atlántico, Caribe	2.400.000.000,00
Implementación modelo de atención a la primera infancia con base en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación	2.802.643.094,00

Fuente: Plan de desarrollo 2016-2019 “Atlántico Líder”

Es importante señalar que estos proyectos fueron desarrollados principalmente con recursos del Sistema General de Regalías.

El Plan de desarrollo 2016-2019 “Atlántico Líder” incorpora en sus “Fundamentos para la profundización de la subregionalización y el ordenamiento territorial del Departamento del Atlántico” (2016), la necesidad de identificar y potenciar las fortalezas endógenas dentro de un proceso de subregionalización que jalone no solo el proceso local sino “aporten al resto del territorio departamental, a la región y al país” (2016, pg. 121) como la base para promover el desarrollo social y económico del departamento.

Por otra parte, “Atlántico Líder” fundamenta su accionar en valores, con un modelo centrado en las personas, a través de cuyas visiones de mundo se puedan generar y fortalecer comportamientos que permitan la implementación del Plan. El valor más representativo para este estudio es el valor de la Co-creación, que el Plan de Desarrollo define de la siguiente manera:

*Capacidad de aunar esfuerzos para desarrollar proyectos y programas en colectivo, involucrando a los diferentes actores desde el principio de cada iniciativa. De esta manera se logra una mejora y mayor satisfacción de las comunidades, y se espera que en conjunto con el respeto y la confianza se conviertan en una triada de valores que hagan de las relaciones una fortaleza para el desarrollo del departamento y de cada una de las comunidades del Atlántico. Considera lo siguiente: • Co-creación con legalidad • Co-creación con Creatividad*



*e Innovación • Co-creación con Transparencia. (2016, pg. 129) (la cursiva es de los autores)*

De igual manera resalta el pensamiento liberal que promueve la Pluralidad, la Equidad y la Diversidad como aspectos que permiten actuar, vivir y convivir en un departamento en constante dinámica y desarrollo; un segundo eje, con la misma visión humanística, es el de la Asociatividad, recalcando que el desarrollo es responsabilidad de todos los actores, correspondiendo a la gobernación asumir el liderazgo. Por último, señala como necesaria la Conectividad, entendida no solo como un aspecto digital, sino de infraestructura, saneamiento básico y de convivencia.

Hay un punto a destacar la existencia de un aparte específico para el tema de la cultura entendida como motor de desarrollo, se trata del Artículo 24° Programa Atlántico Líder En Cultura Para El Desarrollo Con Enfoque Étnico Diferencial , el cual la destaca como “uno de los principios en los que se fundamenta la acción del departamento, fomentando el acceso a bienes y servicios culturales, apoyando la producción artística y cultural y preservando el patrimonio material e inmaterial” (Atlántico Líder, 2016). Pero en este aparte no se evidencia una visión institucional que viabilice la oferta de bienes y servicios desde un enfoque cultural.

Por otra parte, el (pg. 175) Artículo 54° Programa: Atlántico Líder En Economía Naranja Con Enfoque Diferencial, propone que desde “el talento, la propiedad intelectual, la conectividad y por supuesto, la herencia cultural de nuestra región” se genere desarrollo económico, social y se transmita la identidad cultural. De igual manera, en este artículo el Plan de Desarrollo reconoce y declara la fortaleza del capital social para desarrollar industrias creativas y el establecimiento de

empresas de Economía Naranja, que produzca y oferte bienes y servicios culturales, apostando por el “desarrollo de modelos económicos alternativos basados en el conocimiento, la creatividad y la cultura”.

Por último, una revisión al Informe de gestión 2017, Departamento del Atlántico, muestra dos acciones ejecutadas en relación con los emprendimientos culturales, estas son, el desarrollo de la convocatoria de Estímulos Carnaval de Atlántico y la realización de Reto Creativo, los cuales vinculan la cultura con la oferta de bienes y servicios. En Reto Creativo la inversión realizada en este proyecto fue de \$1.050.000.000 (Plan de Desarrollo) realizó un acompañamiento a 50 empresas en la implementación de un modelo de negocio orientado a utilizar las fortalezas de la economía naranja; mientras, el programa de Estímulos se orientó más hacia el uso institucional de la imagen del Carnaval de Barranquilla y el apoyo a los actores del carnaval.

## **11. La Política Pública de la Industria Creativa en el Departamento del Atlántico Versus la Política Pública en países líderes**

Son múltiples las organizaciones y estudios adelantados que demuestran que la creatividad es uno de los recursos claves en la sociedad del conocimiento. Datos como los aportados por el Creative Industries Report, de la organización Creative Many aseguran que “la creatividad será el principal atributo del futuro”; así mismo el informe The Future of Jobs, creado por el Foro Económico Mundial, señala que “en 2020 la creatividad será la tercera habilidad más relevante en la fuerza laboral (ahora ocupa la décima posición)”. (Gasca, L., y Luzardo, A. 2018).

También es claro que una estructura política y su consecuente normatividad son necesarias para adelantar todos estos procesos de innovación que se espera repercutan en los aspectos económicos, sociales, culturales y políticos de la nación; para el caso de Colombia se hace necesario valorar la aplicación de la normatividad vigente, especialmente de la Ley 1834 del 2017, que trata sobre la política integral de la economía creativa, coloquialmente conocida como Ley Naranja.

Para operacionalizar la Ley 1834 del 2017 se requiere de la articulación Estado - Sociedad Civil (participación ciudadana) en cuanto a la construcción de políticas, estrategias, instrumentos, regulaciones o iniciativas como la provisión de recursos, estímulos y facilidades suficientes y sustentables; entre ellos los incentivos fiscales, las contribuciones parafiscales y en

general, todo lo que se constituya en apoyos financieros.

Consciente de lo anterior, el Plan Nacional de Desarrollo PND contempla 25 artículos de incidencia directa e indirecta que están focalizados en el impulso de la economía naranja son, otros son de apoyo para el desarrollo y fortalecimiento. Estos artículos hacen parte de una estrategia que se lidera desde el ministerio de Cultura a partir de las 7 líneas estratégicas de la política de economía naranja: instituciones, información, inspiración, inclusión, industria, integración e infraestructura. Para identificar los avances en estas siete líneas estratégicas a nivel departamental, se realizó una revisión principalmente de noticias debido a la falta de

documentación sistematizada y divulgada. Se citan también otras referencias.

### **11.1. Líneas estratégicas de la política de economía naranja**

**11.1.1. Instituciones.** Según Iván Duque, presidente de la República, Barranquilla es un referente nacional de la economía naranja que impulsa el Gobierno nacional, en donde se fomenta el diseño y la gastronomía como unidades de negocio a través del Sena. Desde la alcaldía se le ha apostado a la cultura y a las industrias creativas con nuevas sedes del Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena; prueba de ello, en julio de 2019 fue inaugurada en Barranquilla la sede del Sena de Industrias Creativas, para el fortalecimiento de la Economía Naranja en el departamento y el país. (El Heraldo, 2019d). Adicionalmente, las instituciones educativas deben incluir valores que impulsen la creatividad y formar en humanismo, en literatura, en música, en danza, como focos para que Colombia produzca “gran riqueza cultural” (El Heraldo, 2018). Según el PND, hay un total de 21 entidades del Gobierno con más de 70 programas enfocados en generar condiciones para que los proyectos creativos de los colombianos, en cualquier territorio, sean sostenibles. (El Heraldo, 2019b), es decir, desde el gobierno nacional se ofrece una amplia estructura para fomentar los emprendimientos creativos.

Las áreas de Desarrollo Naranja son espacios definidos por las alcaldías, en donde se puede reconfigurar el territorio a partir de distritos culturales, musicales, o audiovisuales, entre otros. Las entidades territoriales tienen autonomía para asignar beneficios, exenciones de impuestos prediales, eliminación de cargas públicas. Las inversiones que se hagan por empresas culturales, personas o incluso entidades públicas en asociaciones público-privadas pueden pagar sus

impuestos con esas obras. De estas inversiones se destaca el presupuesto de \$24 mil millones destinados para el Área de Desarrollo Naranja (ADN) en la capital del Atlántico, ubicada en la antigua fábrica de Coltabaco, con el propósito de promover la cultura, la innovación y la sostenibilidad urbana. Se articulará con la oferta cultural existente en el distrito creativo conformado por el Museo del Carnaval, Nodos de industrias creativas y de turismo cultural del Sena, y Escuela Taller, con el fin de consolidar una futura ADN que visibilice y fortalezca los procesos culturales y creativos en Barranquilla. (El Heraldo, 2019b).

En el mismo sentido, la proyección de cuatro agendas regionales en Cartagena, Barranquilla, Santa Marta y Valledupar hacen parte de las metas propuestas, a partir de la implementación de los nodos de emprendimiento con base en los mapeos de los territorios construidos con artistas, gestores culturales, universidades, cámaras de comercio, cajas de compensación, alcaldías y gobernaciones. En el primer cuatrimestre de 2019 fueron instalados los nodos de Barranquilla y Valledupar, y antes de terminar el semestre abrirán los nodos de Cartagena y Santa Marta, con el fin de conformar redes de instituciones, agentes, organizaciones y empresas culturales locales para concertar lineamientos de las agendas del Gobierno, departamentos y municipios. (El Heraldo, 2019b).

**11.1.2. Información.** En el año 2018 se empezaron a hacer unos primeros estudios y el mapeo de los sectores que tendrán el mayor protagonismo dentro del desarrollo de esta industria. (Muñoz, 2018). Sin embargo, la información divulgada es muy poca y en los Diálogos culturales sobre los lineamientos de la política de Economía Naranja para la región Caribe, organizado por el Ministerio de la Cultura y llevado a cabo el 18 de julio de 2019 en la ciudad de Barranquilla, con la participación ciudadana fue expresada la necesidad de tener fácil acceso a la información de estrategias, programas, beneficios, apoyo económico, entre otros. La misma dificultad se ha tenido que enfrentar en la construcción de este documento, dado que la política apenas se ha estado operacionalizando a partir de este año 2019.

Sector es acercar a los empresarios culturales a las nuevas tecnologías. Todos los programas de formación deben estar encaminados a entregar las herramientas necesarias para que estos nuevos emprendedores puedan acceder y contar con aplicaciones digitales, páginas web y ventas online que les permitan agilizar sus intercambios comerciales por Internet; el gran propósito debe ser romper la brecha tecnológica. (Muñoz, 2018).

**11.1.3. Inspiración.** Eventos como Sabor Barranquilla, Plataforma K y el Carnaval, son algunos de los grandes impulsores de estos sectores. Por otra parte, las empresas culturales también han empezado a trabajar con mejores prácticas, lo que les ha permitido sostenerse en el tiempo y convertirse en un sector mucho más sólido. (Muñoz, 2018).

**11.1.4. Inclusión.** En cuanto a la participación ciudadana, Barranquilla fue la primera mesa y piloto del país después de la visita de los representantes del Gobierno nacional a 9 nodos regionales para trazar siete líneas de política que corresponden con las 7i. El producto que se espera de estas mesas es el documento que tendrá la política de la Economía Naranja y que será entregado a finales del segundo semestre de 2019. (El Heraldó, 2019e).

Del total del universo empresarial de la economía naranja, más de un 90% exporta videojuegos, audiovisuales y contenido digital, así que uno de los principales retos que tiene el

**11.1.5. Industria.** El principal protagonista es el Carnaval de Barranquilla, segundo más importante de Latinoamérica que además involucra danza, música, teatro y vestuario. Otro sector importante es el de la moda y las artesanías, en productos que destacan las costumbres e idiosincrasia del departamento. Barranquilla tiene un gran potencial en el tema editorial, la creación de contenidos literarios, la arquitectura y el patrimonio histórico. El otro sector importante es el gastronómico, enfocado a rescatar toda la tradición culinaria que tiene el departamento, quizás una de las más ricas del país gracias a que experimentó la influencia de diferentes partes del mundo. (Muñoz, 2018).



**11.1.6. Integración.** En este aspecto existe un trabajo mucho más representativo de las universidades y las entidades gubernamentales que adelantan y apoyan diferentes mecanismos de promoción, como es el caso del MICSUR, el Mercado de Industrias Culturales más importante de Suramérica, certámenes que permiten que tanto nacionales como extranjeros conozcan y puedan acceder a los productos que están realizando los empresarios culturales. (Muñoz, 2018). También es de resaltar que Barranquilla “es la primera ciudad de Latinoamérica” en ingresar al grupo de la plataforma digital O-City, plataforma digital financiada por la Unión Europea, que tiene como objetivo develar y promover el patrimonio cultural de las ciudades, con el fin de desarrollar identidad y bienestar ciudadano, a través de la economía creativa y la formación de las habilidades en innovación. (El Herald, 2019c).

**11.1.7. Infraestructura.** Para incrementar la inversión en este sector de la economía, desde 2018 el presidente Duque anunció la Ley de Financiamiento, Reactiva Colombia de Findeter y Bonos Naranja de Bancóldex. En la Ley de Financiamiento, que propone cero impuestos de renta por los primeros cinco años, se benefician principalmente todos los emprendedores creativos, digitales y de transformación tecnológica en el país. Por su parte “Reactiva Colombia” (Findeter) con cerca de 400 mil millones de pesos de créditos, ofrece mayores plazos y mejores tasas para que los alcaldes y gobernadores puedan construir infraestructura al servicio del desarrollo de la Economía Naranja. Por último, se ofrecen los “Bonos Naranja” (Bancóldex) que contempla el financiamiento a 10 y 15 años para los emprendedores, a tasas bastante competitivas. (El Herald, 2018), con por 558 operaciones en el Atlántico y hay un interés muy grande para financiar museos y ofrecer asistencia técnica para la sostenibilidad, como primer instrumento para las empresas culturales y son recursos no reembolsables. (El H Herald, 2019<sup>a</sup>).

## **11.2. Otras fuentes de financiación y apoyo a la economía naranja**

El Plan Nacional de Desarrollo PND, contempla la creación de un beneficio tributario a la cultura y los sectores creativos: 165% de deducción en impuesto sobre la renta para inversión y donación en proyectos culturales y creativos. Los incentivos tendrán aplicación en la Región Caribe, a partir de las vocaciones culturales y creativas de sus municipios, distritos y regiones. (El Heraldo, 2019b). El mismo Plan define un descuento tributario del 35% para quienes inviertan en todo género de producción audiovisual en Colombia; siempre que sean artistas, técnicos, servicios de producción y postproducción y logística de hotelería, alimentación y transporte colombianos. Se recomienda revisar el mapa de las nuevas o fortalecidas financiaciones en materia cultural, quedando en manos del Ministerio de Cultura la inmensa tarea de comunicarlas.

En términos de ciudad, es importante destacar que Barranquilla es la única ciudad del país con 10 desarrollos de economía naranja y una inversión del Distrito de 100.000 millones de pesos, y tiene como referencia todo el Barrio Abajo. Esa inversión incluye el presupuesto destinado para la Fábrica de la Cultura y el inaugurado nodo del Sena de Economía Naranja. (El Heraldo, 2019e).

Las entidades artísticas del Departamento del Atlántico han adelantado un plan de renovación de sus instalaciones, entre estos, museos, casas y parques culturales, dentro de las cuales se destaca la construcción del Centro de Eventos y Exposiciones Puerta de Oro, con una inversión que bordeó los 60.000 millones de pesos. (Muñoz, 2018)

Sin embargo y de acuerdo con el reporte publicado en abril de 2019 por la Red de Clúster de Colombia en el departamento del Atlántico solo se encuentran registradas 7 iniciativas de clúster, ninguna de las cuales trata sobre patrimonio, cultura o economía naranja, con lo cual se está desaprovechando las oportunidades que otorga la figura del Clúster.

Tabla 5. Reporte Iniciativas - Red Clúster Colombia.

CLÚSTER/ AGLOMERACIÓN	NOMBRE INICIATIVA	DPTO	ENTIDAD
Tecnología, Información y Comunicación	Caribe Tic	Atlántico	Caribe Tic
Bienes y servicios de la salud	Clúster de salud - Caribbean Health Group	Atlántico	Cámara de Comercio de Barranquilla y Caribbean Health Group
Muebles	Clúster de muebles - AmoblaR-C	Atlántico	Cámara de Comercio de Barranquilla
Insumos Agro	Clúster de Insumos Agroindustriales	Atlántico	Cámara de Comercio de Barranquilla
Transporte y logística	Ruta competitiva logística del Atlántico	Atlántico	Cámara de Comercio de Barranquilla
0	Clúster lácteo del Atlántico	Atlántico	Comisión Regional De Competitividad Del Atlántico
0	Clúster de Turismo	Atlántico	CRC Atlántico y Universidad autónoma del Caribe

Fuente: <https://redclustercolombia.com>

## Conclusiones

Las Industrias Creativas (IC) tienen una función que la diferencia de cualquier otro tipo de industria, dada su capacidad de converger tres dimensiones distintas: la económica, la social y la de canalizar el imaginario colectivo de una sociedad. Es por lo que además de convertirse en un motor de desarrollo de las economías de los países, también se constituyen en puente para el desarrollo de las capacidades y libertades colectivas y personales.

La incidencia social de las IC se refleja en su fuerte impacto en la política, las dinámicas sociales y por último en la vida cotidiana de los individuos. La Comunidad Europea, Estados Unidos y Japón son los más representativos en generación de divisas correspondientes a la producción de los sectores prensa, libro, televisión, radio y cine. Latinoamérica está descubriendo y desplegando su potencial en la industria naranja, especialmente en las industrias culturales.

Las IC operan a partir de dos insumos complementarios e inseparables: “el soporte material o tangible y los contenidos simbólicos e inmateriales” (Getino, 2012), a su vez, ofrecen servicios, impulsan pautas y comportamientos culturales cuya incidencia económica, política y social impacta a su vez la demanda de otros bienes y servicios, jalonando el desarrollo de otros sectores de la economía y dinamizando las dinámicas sociales, principalmente en relación a la preservación y valoración del patrimonio cultural.

El motivo o tema de análisis de las propuestas gubernamentales contempladas en los planes de

desarrollos: señalar si todos estos constructos que sobre las industrias creativas existe en el mundo, ha permeado en la visión de los gobernantes, lo que puede visualizarse en sus propuestas de gobierno. Se pretendió visualizar cuán claro está, para la clase dirigente, el potencial de la economía de la cultura y el impacto de las actividades culturales regulares o esporádicas; es reconocer a la cultura como motor de desarrollo y la responsabilidad de los gobernantes en encauzar al entorno y actores sociales para que se impulse su crecimiento, principalmente en contextos como el Departamento del Atlántico, en donde confluye un alto porcentaje de población en condiciones de pobreza y un gran legado cultural indígena y afrodescendiente, cuya mayor manifestación del patrimonio inmaterial, el Carnaval de Barranquilla, donde se expresa el imaginario cultural a partir del cual se desarrolla toda una industria creativa que en muchos casos opera más allá de las fechas de las fiestas, constituyéndose en el soporte y principal actividad económica permanente de diversos núcleos sociales. De igual manera, las industrias conexas, como las de publicidad, turismo, informática y telecomunicaciones se constituyen en parte esencial de las IC y por ello también requiere atención, apoyo y reglamentación.

La relación entre economía y cultura no son evidente, desde hace pocos años se está realizando el ejercicio de cuantificar el impacto de las actividades culturales en la economía local y nacional; a partir de estos primeros resultados grandemente positivos, es cuando muchos sectores políticos y gremiales han visto la necesidad de impulsar el desarrollo de la economía naranja. De la experiencia colombiana se construyó el Manual Metodológico para Cuentas Satélites de Cultura del CAB, que sirve de base para la medición económica de la cultura en otros países de la región. El Manual desagrega la medición en 12 sectores para facilitar esta labor: Creación literaria, artes escénicas, artes plásticas, publicaciones, audiovisual, música,

patrimonio material, formación artística, patrimonio natural, juguetería, diseño y patrimonio inmaterial (Finlev, Maguire, Oppenheim y Skvirsky, 2017).

Indiscutible el impacto económico de El carnaval de Barranquilla 2019, “en dos meses permitió un movimiento económico en la ciudad de \$384 936 millones” (Celia, 2019), fiesta representativa del patrimonio inmaterial del Caribe colombiano y por ello su clara presencia en las estrategias del Plan de Desarrollo “Atlántico líder”, embargo como cualquier plan de desarrollo de cualquier nivel, la política pública departamental está en la necesidad de comprender e integrar la relación existente entre emprendimiento y otros conceptos como, educación, empleo y desarrollo (Formichella, 2004), de tal manera que bajo la concepción de una verdadera sociedad del conocimiento, estas manifestaciones culturales integren significativamente la identidad cultural y el desarrollo local.

Por otra parte, en el marco de los emprendimientos culturales se evidencia una oportunidad en la interrelación entre las tecnologías digitales y los contenidos creativos; por ello se está ante la necesidad de una infraestructura digital y la conectividad a la que deben tener acceso los creadores de contenido, en Barranquilla y el Atlántico. El internet y la evolución de las tecnologías digitales han transformado los modos en que se producen y se distribuyen los contenidos creativos: la música, la publicidad, la actividad editorial, la televisión, el cine, la animación y los videojuegos, todos ellos se han visto alterados por la revolución en las tecnologías digitales lo que es positivo para la sociedad, pero el desarrollo de la economía creativa digital requiere de un fuerte apoyo y de una infraestructura digital para trascender y permear en sectores tradicionales como el de las manifestaciones del patrimonio cultural.

Germán Rueda, viceministro de Economía Digital ha informado que se está desarrollando el Conpes del comercio electrónico que entrará a regir, apoyar y financiar todo lo relacionado con esta actividad que cada día está más presente en la cotidianidad. (El Herald, 2020)

Los creadores de contenidos deben tener acceso a oportunidades de desarrollo de sus capacidades como así también poder beneficiarse de las mismas mientras se reducen las amenazas de los nuevos entornos. La conectividad es clave para ser territorio creativo, Barranquilla y el Atlántico, gozan de una buena ubicación geográfica que ha facilitado su conectividad aérea, terrestre marítima y en materia de telecomunicaciones. Barranquilla es el puerto de entrada de cuatro de los diez cables submarinos que conectan a Colombia con el resto del mundo a través de internet (La Libertad, 2019), esto permite que, con el adecuado entorno, se puedan vincular a los gestores y emprendedores culturales a las iniciativas de los creadores de contenido digital, de tal manera que desde sus respectivas fortalezas puedan crear nuevos servicios y productos que amplíen el portafolio de ambos.

## Recomendaciones

Estamos inmersos en la sociedad del conocimiento donde se destacan la relevancia de las tecnologías de la comunicación, la innovación, el capital intelectual y la creatividad. En el caso de América Latina y el Caribe, la creatividad está fuertemente asociada a la cultura - que hace parte a su vez del capital intelectual-, entendida como un bien público, potencialmente capaz de convertirse en bienes y servicios. La innovación representa un camino mediante el cual el conocimiento se traslada y se convierte en un proceso, un producto o un servicio que redunde en el bienestar de los sujetos o la sociedad.

El término industrias culturales y creativas está asociado, desde medio siglo atrás, a las empresas de producción y comercialización de bienes y servicios culturales, destinados a su difusión y comercialización en amplios sectores de la población. Los factores culturales son el entorno perfecto para que se combine la creatividad con la innovación a partir del capital social de un sujeto o comunidad; permite además ofrecer elementos integradores e identitarios, con los cuales el usuario o consumidor se sentirá cómodo y satisfecho. Compartiendo la visión de la UNESCO de que la cultura “engloba los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social”(Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural de 2001), las industrias creativas o “naranja” son capaces de proponer bienes y servicios reconociendo su dimensión cultural, creativa y económica, por ello es menester dar continuidad a toda la estructura política y legal que se ha generado para integrar este sector de la economía en las actividades productivas del país y del



departamento.

Entendido el desarrollo como “el proceso por el cual se activan las fuerzas sociales, el avance en la capacidad asociativa y el ejercicio de la habilidad iniciativa e inventiva” (Reyes Mora, 2017), se hace hincapié en que los aspectos sociales - y por ende los culturales- se constituyen en la base principal del concepto, pasando a un segundo lugar el aspecto económico; este principio se encuentra fuertemente arraigado, evidenciándose en las iniciativas gubernamentales un esfuerzo por la salvaguarda y revitalización del patrimonio cultural, evidenciando en diferentes períodos la preocupación de los gobiernos por “garantizar el disfrute de bienes y servicios culturales sin que ello entre en detrimento de sus tradiciones y creaciones propia” (Reyes 2009). Se requiere mayor coordinación de todas las entidades y los actores culturales, la integración del concepto economía de la cultura y asimilar las capacidades de la educación y el consumo cultural como mecanismos para transformar y crear múltiples alternativas potenciales de desarrollo social y económico.

Si en el aspecto de identidad cultural hay una gran fortaleza, en las políticas públicas - entendidas como “la expresión del Estado en acción” (Whittingham, 2019), hay un trabajo incipiente en articular todo este potencial cultural con iniciativas de desarrollo económico y social. La particularidad de las Políticas públicas está dada por lo que solamente cuando se implementan adquieren existencia, determinando por sus resultados si fue o no bien formulada; Para lograr resultados es necesario que la gestión de la política por el ente gubernamental que la propone abarque los aspectos técnicos y administrativos que pueden incidir en los resultados

obtenidos.

Whittingham (2019) señala tres conceptos como centrales y articuladores: la coherencia, la coordinación y la continuidad. Para el Plan de Desarrollo del Departamento del Atlántico, se denota la correcta subordinación de las políticas a una concepción estratégica de parte del Estado, se hace referencia particularmente a la Ley 1834 de 2017; Atlántico Líder es un proyecto que finaliza con la vigencia 2019, por lo que se requiere un posterior estudio para determinar la calidad de la coordinación y de la continuidad del liderazgo de la evaluación continua de la política.

Hoy es mucho más fácil acceder a créditos para emprendimientos creativos, lo que hace algunos años era casi imposible, pues se creía que estos negocios no tenían la capacidad para endeudarse, ni responder en el largo plazo por estas obligaciones; este cambio de condiciones aún son desconocidas por el grupo de la población, siendo necesario difundir y promover las ventajas y el apoyo dado a las industrias creativas, buscando concretar las potencialidades propias del departamento del Atlántico, es decir apostar por el desarrollo endógeno.

## Referencias Bibliográficas

- Arroyave, S. (2011). Las políticas públicas en Colombia. Insuficiencias y desafíos. *FORUM Revista del Departamento de Ciencia Política*. 1(1) Recuperado de:  
<https://revistas.unal.edu.co/index.php/forum/article/view/32359/32374>
- Avilés-Ochoa, E., y Canizalez-Ramírez, P. M. (2015). Industrias culturales y crecimiento económico. Un modelo para el estudio del surgimiento de clústeres creativos. *Economía, sociedad y territorio*, 15(47), 185-216.
- Benavente, J y Grazzi, M (25 de julio de 2018). Tres maneras de entender el vínculo entre economía naranja e innovación. *El País*. Recuperado de:  
[https://elpais.com/elpais/2018/07/24/planeta\\_futuro/1532424564\\_017219.html](https://elpais.com/elpais/2018/07/24/planeta_futuro/1532424564_017219.html)
- BID (2017). Economía naranja. Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe. Recuperado de:  
<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Econom%C3%ADa-naranja-Innovaciones-que-no-sab%C3%ADas-que-eran-de-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>
- Bolaños, M (23 de julio de 2019). Con tecnología, Barranquilla avanza en el proceso de ser una ciudad VIC. *La Libertad*. Recuperado de:  
<https://diariolalibertad.com/sitio/2019/07/23/con-tecnologia-barranquilla-avanza-en-el-proceso-de-ser-una-ciudad-vic/>
- Cámara de Comercio de Barranquilla. (2016). Las Industrias Creativas en el Atlántico: Mapeo Cultural. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11520/18798>
- Cámara de Comercio de Barranquilla (2017). Impacto del carnaval en la Economía de

Barranquilla y el Atlántico -versión 2017. Recuperado de:

<http://www.camarabaq.org.co/wp-content/uploads/2017/02/Impacto-carnaval-2017.pdf>

Cisterna, C. F. (2005). Categorización y triangulación como procesos de validación del conocimiento en investigación cualitativa.: *Red Theoria*. Theoria, 14 (1): 61-71.

Recuperado de: <http://www.ebrary.com>.

Consejo Académico de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (2017). Acuerdo No. 101 del 24 de noviembre de 2017

Cortizas, M. J. I., y García, M. L. R. (2013). El desarrollo de la creatividad e innovación. Un reto ante la crisis actual. *Revista de investigación en educación*, 11(1), 134-148.

DANE. (2018). *Mercado laboral de la juventud*. Recuperado de

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/mercado-laboral-de-la-juventud>

Duque, I (2018). Conferencia magistral economía naranja. Asociación Interamericana de propiedad intelectual ASIP. Cartagena, Colombia. Recuperado de: <https://youtu.be/9G8-Gzcc4Ag>

Duque, I. (2017). La cultura aporta más al PIB que la minería o el café. *Revista Arcadia*.

Recuperado de: <https://www.revistaarcadia.com/noticias/articulo/ivan-duque-habla-sobre-la-economia-naranja/61529>

Duque, I. (2018). Primera Cumbre de Innovación Tecnológica y Economía Circular. Madrid,

España. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=ESaWHDaaMHw>

Duque, I. y Buitrago, F. (2013) Banco Interamericano de Desarrollo. Duque y Buitrago. La

Economía Naranja. Una oportunidad infinita. Recuperado de:

[https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/sateli\\_cultura/economia-naranja/1er-](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/sateli_cultura/economia-naranja/1er-)

[reporte-economia-naranja-2014-2018.pdf](#)

Finlev, Tessa; Maguire, Rachel; Oppenheim, Ben; Skvirsky, Sara. (2017). El futuro de la economía naranja. Fórmula creativa para mejorar vida en América Latina y el Caribe.

Recuperado de: <https://publications.iadb.org/handle/11319/8459?locale-attribute=es&>

Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. (tesis de pregrado). Recuperado de:

[https://www.academia.edu/32431416/el\\_concepto\\_de\\_emprendimiento\\_y\\_su\\_relacion\\_con\\_la\\_educacion\\_el\\_empleo\\_y\\_el\\_desarrollo\\_local](https://www.academia.edu/32431416/el_concepto_de_emprendimiento_y_su_relacion_con_la_educacion_el_empleo_y_el_desarrollo_local)

Gasca, L., y Luzardo, A. (2018). Emprender un futuro naranja: Quince preguntas para entender mejor a los emprendedores creativos en América Latina y el Caribe. Recuperado de:

<https://publications.iadb.org/es/emprender-un-futuro-naranja-quince-preguntas-para-entender-mejor-los-emprendedores-creativos-en>

Getino, O. (2012). Economía y desarrollo en las industrias culturales de los países del Mercosur. *Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*, 1(1). 97 -116.

Giedelmann Reyes, M., y Rueda Pimiento, Óscar. (2013). Discursos patrimoniales que orientan la gestión del patrimonio cultural en los planes de desarrollo del departamento de Santander-Colombia (2008-15). *Memoria Y Sociedad*, 17(35), 107-123. Recuperado de

<https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/memoysociedad/article/view/8331>

Guba, E., y Lincoln, Y. (2002). Paradigmas en competencia en la investigación cualitativa. En C.

Denman, J. y Haro (comps.) *Por los rincones: Antología de métodos cualitativos en la investigación social*, (pp.113-145.). Hermosillo, México: El Colegio de Sonora.

Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Makes Money from Ideas* (First ed.).

- London: Penguin.
- Marín, E y Trejos, F (2019). Intenciones, realizaciones y deudas con la sociedad civil. *Seguimiento y análisis de políticas públicas en Colombia*, 22. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Márquez, S. (2004). Principios generales del derecho de autor. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá. Recuperado de: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/derecho/dere6/DEFINITIVA/TESIS23.pdf>
- Martínez, P. (2014). El método de estudio de caso Estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento y gestión*, N° 20.
- Moncayo, E. (2019). Las políticas regionales y la planeación en Colombia: una visión panorámica. Período 1958-2018. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/332109630\\_Las\\_politicas\\_regionales\\_y\\_la\\_planeacion\\_en\\_Colombia\\_una\\_vision\\_panoramica\\_Periodo\\_1958-2018](https://www.researchgate.net/publication/332109630_Las_politicas_regionales_y_la_planeacion_en_Colombia_una_vision_panoramica_Periodo_1958-2018).
- Muñoz, N. (2018). Atlántico, protagonista del crecimiento de la economía naranja en el país. Recuperado de: <http://colombia-inn.com.co/atlantico-protagonista-del-crecimiento-de-la-economia-naranja-en-el-pais/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2017). *Expresiones culturales. Políticas para la creatividad*. París, Francia: UNESCO. Recuperado de <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/diversity-of-cultural-expressions/tools/policy-guide/como-usar-esta-guia/sobre-definiciones-que-se-entiende-por-industrias-culturales-y-creativas/>
- Organización Internacional del Trabajo (2016). Panorama laboral 2016 América Latina y el

- Caribe. Recuperado de: <http://bit.ly/2m4crh7>.
- Pastori, D. (4 de junio de 2019). PND impulsará la economía naranja en la Región Caribe. *El Herald* Recuperado de: <https://www.elheraldo.co/economia/pnd-impulsara-la-economia-naranja-en-la-region-caribe-638512>
- Patiño, E. (7 de junio de 2019). Barranquilla es el nuevo miembro del grupo de la plataforma digital O-City. *El Herald*. Recuperado de: <https://www.elheraldo.co/barranquilla/barranquilla-es-el-nuevo-miembro-del-grupo-de-la-plataforma-digital-o-city-639518>
- PNUD. (2018). ODS en Colombia: Los retos para 2030. Colombia.
- Reyes Mora, C. S. (2017). *Políticas públicas enfocadas al desarrollo local integral, como medida de creación de emprendimientos* (tesis de pregrado). Universidad de las Américas, Quito.
- Romo, N. (19 de julio 2019). La construcción de la política de Economía Naranja comenzó en Barranquilla. *El Herald* Recuperado de: <https://www.elheraldo.co/economia/la-construccion-de-la-politica-de-economia-naranja-comenzo-en-barranquilla-650800>
- Romo, N. (27 de febrero de 2020) Estamos desarrollando el Conpes del comercio electrónico: viceministro de Economía Digital. *El Herald*. Recuperado de: <https://www.elheraldo.co/economia-digital>
- Roth Deubel, A. (2008). Perspectivas teóricas para el análisis de las políticas públicas: ¿de la razón científica al arte retórico? *Estudios Políticos*, 0(33), 67-91. Recuperado de <http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/estudiospoliticos/article/view/1943>
- Ruiz Olabuénaga, J y Ruiz, O. J. I. (2012). Metodología de la investigación cualitativa (5a. ed.). España: Publicaciones de la Universidad de Deusto. Recuperado de

<http://www.ebrary.com>.

Solís Sánchez, S. J., Mena Sánchez, V. E., y Ulloa Barona, A. del P. (2019). Discurso local como fuente de análisis para las industrias culturales y creativas. *Universidad Ciencia y Tecnología*, 8(02). Recuperado de <https://www.uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/78>

UNCTAD STATS. (2013). Portal oficial de estadísticas de la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (Unctad). Recuperado de: <http://unctadstat.unctad.org/ReportFolders/reportFolders.aspx>.

Whittingham, M. V. (2019). Coherencia, coordinación y continuidad, tres condiciones necesarias para la implementación exitosa de las políticas públicas. *Seguimiento y análisis de políticas públicas en Colombia*, 211. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.