

Las industrias creativas y culturales en la agenda académica y política del país

Cultmarts, en su primera versión, se posiciona como un nuevo espacio javeriano para fomentar las Industrias Creativas y Culturales.

Diederick Ruka*



↑
Thorsten Hennig-Thurau, Ph.D.
profesor del Departamento de Marketing
y Estudios de Medios, de la Universidad
de Münster, en Alemania.

6 **C**readores, gestores, académicos, emprendedores y expertos internacionales fueron parte del abanico de invitados que enriquecieron las conferencias, conversatorios, paneles y *showrooms* que se desarrollaron durante **Cultmarts, el I Encuentro Internacional de Industrias Creativas y Culturales** en la Pontificia Universidad Javeriana.

El 17 y 18 de septiembre se presenció la configuración de un espacio de acercamiento, intercambio y apropiación de prácticas, conocimientos, experiencias y emprendimientos de los actores que

intervienen en la diversidad de las industrias culturales del país.

Los organizadores de este encuentro fueron las facultades de Ciencias Económicas y Administrativas, de Artes, de Arquitectura y Diseño, de Comunicación y Lenguaje, el Centro Ático, la Asistencia para la Creación Artística, el Centro Javeriano de Emprendimiento, Design Factory Javeriana y el Departamento de Ciencias Políticas.

El efecto de lo virtual en las ICC

Cultmarts contó con la presencia del profesor Thorsten Hennig-Thurau, Ph.D. del Departamento de Marketing y Estudios de Medios, de la Universidad de

Münster, en Alemania, quién evidenció cómo la digitalización y la convergencia de medios en Internet han modificado las formas de distribución y consumo de los productos resultado de las Industrias Creativas y Culturales (ICC).

El profesor Hennig-Thurau explicó que los métodos tradicionales de las cadenas de producción y comercialización de productos y contenidos de las ICC están migrando total o parcialmente a lo virtual, debido a que este es un espacio ahora medible y cuantificable, lo que le permite servir como herramienta de análisis para la toma de decisiones de los líderes de estas industrias. A este proceso el profesor lo denomina *Entertainment Science* o Ciencia del Entretenimiento, una pro-



El Encuentro Internacional de Industrias Creativas y Culturales contó con la participación de diferentes actores del sector: artistas, gestores culturales, académicos y Gobierno.

puesta alternativa para la integración de las analíticas de datos y la teoría científica en la gestión de empresas y organizaciones culturales.

Durante Cultmarts también se desarrollaron varios paneles que abarcaron temas enmarcados en la diversidad, la obtención de recursos y la asociatividad a partir de redes culturales. En el panel de diversidad se trabajaron contenidos respecto a entender la pluralidad cultural como algo diferente a la industria creativa y sobre cómo el patrimonio natural y cultural (material o inmaterial) es susceptible de ser parte de la economía naranja.

El panel de recursos se desarrolló alrededor de las preguntas: ¿cómo generar ingresos del mismo quehacer?, ¿cómo entender el lenguaje y las dinámicas propias de cada sector o ecosistema de la industria creativa? y ¿cómo hacer sostenible un emprendimiento?

En ese espacio participaron actores que obtienen recursos y apoyan emprendimientos, con financiación privada y pública, en los diferentes mercados de las ICC. Se socializaron los diferentes

mecanismos de financiación existentes en Colombia; además, se dio una discusión en torno a las dinámicas, capacidades, habilidades, procesos y productos de los diferentes tipos de proyectos creativos y culturales.

Finalmente, el panel sobre asociatividad reflexionó alrededor de la importancia de no sólo enfocarse en el valor monetario de las ICC, sino también entender que existen otros valores agregados como la experiencia, la transferencia de conocimiento o el capital social, que cuando convergen dentro un mismo sector o ecosistema, le permiten al emprendimiento rodearse de la red de trabajo y apoyo correctos.

Por otro lado, ocupó un lugar destacado el conversatorio 'Economía y cultura, 20 años después' que contó con la presencia de algunos de los principales pioneros de la economía creativa en Colombia: David Melo; Fernando Vicario; Luis Alberto Zuleta; Felipe Buitrago, viceministro de Creatividad y Economía Naranja; Germán Rey, profesor javeriano y exdirector del Centro Ático, y Marisol Cano, decana de la Facultad de Comunicación y Lenguaje.


Cultmarts también sirvió como el espacio para evidenciar los avances del Foco de Industrias Creativas y Culturales de la Misión Internacional de Sabios 2019, cuya secretaría técnica está a cargo de la Asistencia para Creación Artística de la Vicerrectoría de Investigación. Allí se presentaron conclusiones parciales en cinco ejes temáticos: valor simbólico, educación, infraestructura y tecnología, regulación e información y circulación, articulación y cadenas de valor. Igualmente, se socializó el programa 'Viveros Creativos', una propuesta resultado de las conversaciones de la Misión para la creación de un modelo de articulación de cuádruple hélice alrededor de espacios físicos para las ICC.

El diálogo entre saberes dentro del marco del reconocimiento de la diversidad, el fomento, la divulgación y la apropiación social del conocimiento, la descentralización de la formación, la formación de formadores, el aprendizaje colaborativo, la transdisciplinariedad, el fortalecimiento de la infraestructura cultural, el desarrollo de laboratorios

Los métodos tradicionales de las cadenas de producción y comercialización de productos y contenidos de las ICC están migrando a lo virtual.

de creación, el fomento de estímulos e incentivos para los diferentes actores de la cadena de valor y la articulación institucional son, entre otras, las acciones

que se deben nutrir para convertir a las ICC en un motor de desarrollo y fortalecimiento cultural.

Así, Cultmarts quiere posicionarse como un espacio anual de diálogo entre los sectores privados, públicos y académicos donde se reflexione sobre la capacidad creativa, habilidades y experiencias de personas que comparten el hecho de enfocar sus esfuerzos y actividades a lo que hoy se conoce como las industrias creativas y culturales 

*Comunicador audiovisual de la Vicerrectoría de Investigación