



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

DIPLOMADO SUPERIOR EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN

ARTÍCULO CIENTÍFICO

EMPRENDIMIENTOS CULTURALES

AUTORA:

Lcda. Diana López Molina

TUTOR:

Eco. Santiago Pozo Rodríguez

Mayo 2010

Cuenca - Ecuador



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Resumen

Para hablar de la cultura como emprendimiento es importante entender que es y como ha sido concebida a través del tiempo, hasta centrarnos en la definición de la misma como el conjunto de costumbres, mitos y leyendas de un pueblo transmitidas de generación en generación.

El valorar a la identidad como parte importante de la cultura nos permite una participación social activa, en la que somos parte de un espacio y grupo social que compartimos nuestras ideas y pensamientos, así como también modos de vida.

Todas estas costumbres, mitos, leyendas, el ser parte de un grupo social y compartir con ellos ideas y pensamientos, ha dado una gran importancia a nivel mundial del patrimonio, con el objetivo de salvaguardar y proteger estas características propias de cada grupo social, pero el mismo debe ser concebido por los propios individuos una vez alcanzada la sensibilidad de nuestra cultura e identidad como una herramienta que permita la conservación y la existencia para las generaciones futuras.

Una vez que se ha alcanzado una valoración de lo que somos y una sensibilidad hacia lo que nuestros antepasados nos han heredado, empezamos a dar importancia a las diferentes expresiones, con el apoyo cada vez mas acertado de los gobiernos, con políticas claras, se realizan cada vez mas eventos culturales y artísticos, los mismos que han tenido un progresivo desarrollo, así como también la participación cada vez mas común de grupos minoritarios y la valoración de la cultura popular.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Para el desarrollo de proyectos culturales productivos, es importante por sus propias características desarrollarlos bajo herramientas que nos permitan la consecución de objetivos y beneficios tanto sociales como económicos, mediante la aplicación de la planificación estratégica que permita el aprovechamiento de oportunidades que se presentan para el desarrollo de emprendimientos culturales.

Palabras Claves:

Sensibilidad, cultura, identidad, patrimonio, emprendimiento, proyectos productivos, herramientas de gestión, planificación estratégica.

Introducción

El proceso de emprender es la decisión de enfrentarse a nuevos retos con el objetivo de cambiar una realidad o estado actual a otra deseada, es la ejecución y desarrollo de proyectos productivos que permiten el mejoramiento de la calidad de vida.

El término emprendimiento ha tomado mayor fuerza en los últimos años. Los cambios sociales, como la pobreza, la falta de empleo, entre otros, ha llevado a muchas personas a plasmar ideas que les permitan en su mayoría un cambio en la situación social y económica.

Por otro lado la cultura y todas sus múltiples dimensiones es también un emprendimiento productivo, y que al ejecutar o desarrollar proyectos culturales, pueden de igual forma generar beneficios tanto sociales como económicos a un grupo de personas o a una colectividad.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Valorar la cultura como emprendimiento productivo en base al aporte de elementos y conocimientos para su ejecución, es el principal objetivo de este artículo, en base al aporte de un conjunto de ideas y conocimientos para una optima gestión de emprendimientos culturales, para lo cual se analizarán temas como la sensibilidad cultural e identidad, el patrimonio cultural como herramienta de la promoción cultural, la valoración de las potencialidades de un evento cultural como proyecto productivo y las herramientas para la definición de proyectos productivos culturales.

I. Sensibilización cultural e identidad

La cultura es el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o grupo social en un período determinado.

El término cultura engloba además modos de vida, ceremonias, arte, invenciones, tecnologías, sistemas de valores, derechos fundamentales del ser humano, tradiciones y creencias y a través de la cultura se expresa el hombre, toma conciencia de si mismo, cuestiona sus realizaciones, busca nuevos significados y crea obras que trascienden.¹

Según el antropólogo del siglo XIX E.B Taylor cultura “incluye los conocimientos, las creencias, el arte, la moral, las leyes, las costumbres y el resto de las capacidades y de los hábitos adquiridos por el hombre en tanto sea miembro de la sociedad”²

¹ “Cultura” Microsoft Encarta Student 2009

² Etimológicamente la palabra cultura viene del término indoeuropeo COLO que quiere decir habitar y cultivar, por otra parte este término fue también utilizado en el culto a los dioses. La palabra colo se deriva en varias palabras como colonus o percolo (reverenciar, honrar), también a partir de la forma cult se genera cultios y cultus que en sentido moral significa cultura, civilización y educación pero también



UNIVERSIDAD DE CUENCA

En el siglo XI surgieron dos corrientes culturales, la romántica y la ilustrada, la primera consiste en un conocimiento profundo de los procesos históricos de cada cultura y civilización, mientras que la ilustrada tiene que ver con la oposición entre naturaleza y cultura. En la época moderna se trata de separar a lo natural para configurar o dar mayor importancia a lo humano, mientras que durante el siglo XVII el término cultura se aplica al cultivo de las letras, la formación del espíritu y las costumbres

A inicios de los años cincuenta (siglo XX), la UNESCO engloba un concepto de cultura que se relacione con todos los criterios y civilizaciones, así de igual forma en la convención de Venecia del año de 1970, se ve la necesidad de insertar la cotidianidad, la ciencia y tecnología.

La cultura es por lo tanto, la definición de un grupo humano, entendiéndose como tal al conjunto de costumbres, mitos y leyendas de un pueblo, transmitidas de generación en generación, estudiando la relación que existe entre las diferentes culturas y los efectos que se producen en ellas, y que pueden estar dados por alteraciones en la personalidad y la psiquis de las personas, reaccionando cada individuo de determinada manera frente a una situación según la cultura en la que se formó.³

forma de ser o vestir. El antropólogo Alvin Tofler divide en tres períodos la historia de la humanidad para desarrollar el concepto de cultura,

- La sociedad agrícola – ganadera representada por la azada
- La sociedad industrial representada por la cadena de montaje
- La sociedad del conocimiento e información simbolizada por la computadora

³ La cultura de un pueblo o de un grupo social, es singular en sus características, costumbres y tradiciones, entre otras pero también adquiere el valor de plural cuando se comparte e interactúa con otras culturas.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Por otra parte la identidad es el conjunto de características físicas, psicológicas, emocionales, éticas, espirituales, estéticas que se hacen presentes en la manera de ser de cada persona, es la forma como estamos estructurados los seres humanos, cada uno en su ser más esencial, con sentimientos, pensamientos, afectos, palabras, gestos, cúmulos de experiencias internas y externas particulares que interactúan y aportan para hacer de cada persona un ser único, irrepetible y diferente de los demás.⁴

En la construcción de la identidad intervienen, por una parte, la percepción que tenemos de nosotros mismos y nuestros sentimientos, si nos sentimos aceptados, queridos, si le damos a nuestro cuerpo, mente y espíritu el cuidado necesario, si estamos satisfaciendo nuestras necesidades, además tiene que ver con la forma como miramos el entorno social, la naturaleza y como los demás nos miran, nos sienten a cada uno de nosotros.

La identidad no es absoluta, no es invariable en las personas, por el contrario se construye en un proceso que se desarrolla toda la vida. La identidad es siempre una pluralidad pues no tenemos una sola identidad sino un conjunto de identidades que se van superponiendo, vinculando, articulando en nuestras vidas.⁵

⁴ El término identidad deriva del latín *idem*, que significa “lo mismo” y se refiere por oposición a “lo diferente” o “lo otro”. Diferenciar identidades *personales y colectivas* (región, clase, etnia, nacionalidad, etc.) no implica una ausencia de relación entre ambos tipos de identidad, ni entre los procesos de construcción de las mismas (Mato, 1994: 15).

⁵ Para una mejor comprensión y sensibilización de la identidad, podemos dividirla en identidad asignadas y autoidentidades: Identidades asignadas, que son las que “nos asigna el mundo” y no hemos podido elegir (identidad de género, clase, por edad, por lugar de nacimiento, por origen social, étnico y cultural, etc...) y esta compuesta por la conciencia que el sujeto tiene de sí mismo en su relación con el mundo, pero también con los sentimientos diversos acerca de su propio ser. Las identidades asignadas tienen mucho que ver con lo que la sociedad nos impone en base a modelos culturales que son aceptados como norma, que no dependen de nuestra voluntad.

Las autoidentidades, son las que están construidas por la conciencia que cada persona tiene de sí misma, en su relación con el mundo y por los distintos sentimientos que tienen de su propio ser.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

La identidad por lo tanto tiene que ver con muchos inconcientes que se expresan en actos, sentimientos o procesos (se manifiestan a través de sueños, sentimientos, compulsividades y en muchos otros hechos que vivimos como inexplicables e incomprensibles porque nuestras sociedades no nos han preparado para entenderlos).

Estas identidades son las que vamos asumiendo, que nos convierten en seres con participación social activa y que permiten que "los otros y las otras" nos ubiquen como pertenecientes a un espacio social determinado en el discurso y la práctica. Pueden integrarnos a un proyecto político, que significa buscar cambios en una situación que consideramos injusta. Es por eso que se levantan propuestas ideológicas, políticas, culturales, éticas, estéticas y afectivas para entender y resolver problemas que no pueden resolverse desde la individualidad.

Poder participar en espacios organizativos, formales o no formales, pero que buscan la promoción, defensa y ejercicio de derechos personales y/o colectivos, nos entrega la posibilidad de juntarnos con personas afines a nosotros, que igualmente están en la tarea de deconstruir⁶ identidades

Nosotros podemos decir también que tenemos identidades colectivas, una identidad como ecuatorianos, porque nacimos en un espacio geográfico

Es importante señalar que las autoidentidades se construyen a partir de las identidades asignadas. Por ello, vivimos de manera permanente en conflictos de identidades, entre el "debe ser" que me impone el mundo, y el "como yo me siento".

⁶ Deconstruir: desarmar nuestras estructuras de pensamiento a través de vivencias y conocimientos que permitan una movilización interior de aquello que damos por conocido, superado o dominado; luego permite incorporar nuevas vivencias y conceptualizaciones que posibilitan construir nuevas visiones y posicionamientos personales y/o grupales.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

común, con una realidad de país común, con una historia y cultura comunes, con varios intereses y demandas comunes.⁷

La clave para entender las identidades nacionales es reconocer que el Ecuador es un conglomerado heterogéneo, cuyo proceso de constitución, de consolidación todavía no ha concluido. Entonces la diversidad se torna en la mejor llave de lectura de la realidad ecuatoriana, pues junto a una identidad mestiza de la mayoría de la población existe una identidad indígena y afroecuatoriana. De allí que nuestro país es un país pluri-étnico, pluri-cultural, con una diversidad de sujetos sociales. Pero si bien, somos un pueblo con diversidad en varios órdenes, también es verdad que existen rasgos o características que nos unen y nos identifican como ecuatorianos.

La identidad es el resultado simultáneamente estable y provisorio, individual y colectivo, subjetivo y objetivo, biográfico y estructural, de los diversos procesos de socialización que, en conjunto, construyen los individuos y definen las instituciones (Dubar, 1997:105).

Al hablar de cultura vemos, antes de nada, que nos estamos refiriendo a un proceso de aprendizaje, donde se dan las dos partes del saber: aprender y transmitir conocimientos a través de la lengua, símbolos diversos, comportamientos, etc. Toda cultura se compone de una amplia gama de situaciones, hechos que han ido conformándola a través de los siglos y que han dejado su huella en ella: arte, literatura, religión, contactos con otras culturas, etc.

⁷ Las identidades colectivas las asumimos como grupo, tienen que ver con la forma como “nos vemos” colectivamente y tienen relación con el lugar donde nacemos, la cultura, el grupo social al que pertenecemos y nuestras ideas. Surge entonces la identificación con otros, para encontrarnos, organizarnos, articularnos e incluso ir conformando redes y movimientos sociales que pueden alcanzar características nacionales e internacionales.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Dentro de la cultura destaca también la interculturalidad como: *“Un proceso de relacionamiento diverso entre las culturas y la capacidad de ligar, entender, articular y poner en diálogo a sus actores para propiciar su desarrollo”*.

*La interculturalidad es una dimensión que no se limita al campo de la cultura, antropología o la sociología, sino que se encuentra en todas las relaciones humanas, describe la diversidad de las identidades culturales en convivencia y pone énfasis tanto en las diferencias como en los aspectos comunes y en el aprendizaje intercultural, pero teniendo cada uno su identidad propia.*⁸

Así como la multiculturalidad que se refiere al reconocimiento y respeto de las diferentes culturas, y que busca adecuar las instituciones del Estado al contexto pluricultural y multilingüe de la sociedad, la interculturalidad “motiva a la convivencia, la interacción real y no sólo la coexistencia” entre culturas. En este sentido el interculturalismo es un concepto más dinámico que busca la interacción y enriquecimiento mutuo.

II. El patrimonio cultural como herramienta fundamental de la promoción cultural.

La Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales (1982) define al Patrimonio Cultural como el conjunto de obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan un sentido a la vida, comprendiéndose como patrimonio a todas las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de un pueblo: la lengua, los ritos, las

⁸ Milred Klarenbeek y Rafael Meza Castro, Interculturalidad, una trocha, sus pasos y técnicas SNV Perú 2003.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas.

El Patrimonio Cultural es el reflejo de la identidad cultural de un pueblo, a través de él es que un grupo se ve representado, por ende todo pueblo tiene derecho a defender, proteger y preservar su patrimonio. Lamentablemente los procesos de colonización, los conflictos armados, de industrialización, la globalización, la migración y la influencia de los medios de comunicación y de la tecnología, además de la imposición de prácticas culturales exógenas, han provocado el deterioro y pérdida del patrimonio cultural de los pueblos, así como su expropiación y el uso indebido de estos bienes invaluable.

En los últimos años se ha producido un proceso de redescubrimiento del patrimonio, su concepción desde una perspectiva integradora, vinculadas con el territorio y sus gentes, la implantación de nuevas políticas patrimoniales centradas no solo en la conservación sino en el uso social y en su valoración como recurso turístico son elementos que configuran un nuevo planteamiento del sector.

El patrimonio no tiene sentido al margen de la sociedad que lo ha creado, una adecuada gestión del mismo permite devolver el patrimonio a esa sociedad y ofrecer las claves para su conservación y disfrute. En el mundo globalizado de hoy, el patrimonio confiere un elemento diferenciador que muchos emplean como atractivo, lo importante es encontrar el equilibrio entre la conservación y el uso.

El patrimonio debe asumirse y volverse accesible de una manera imaginativa, debe compartirse ampliamente dentro de los países y fuera de ellos, de una forma creativa que permita reinventar una cultura viva, que puede ser



UNIVERSIDAD DE CUENCA

considerada el patrimonio del futuro, así como también debe ser una fuente de ingresos y empleos.

La UNESCO⁹ tiene el compromiso de emprender acciones que fomenten la salvaguarda y la subsistencia del género humano plasmadas en los producciones culturales de nuestros pueblos, las mismas que se encuentran constantemente amenazadas de desaparecer por la escasa valoración o la falta de medios de protección o por el acelerado proceso de transformación que ponen en peligro su subsistencia y continuidad, o la sobrevivencia de su esencia y originalidad.

Actualmente se habla de la ampliación del concepto de patrimonio a lo intangible, se vuelve por lo tanto necesaria contar con una legislación que proteja los derechos de autor y los derechos colectivos de las comunidades, por otra parte es importante la inclusión del patrimonio intelectual, así como los patrones de comportamiento y culturales que se expresan en las técnicas, la tradición oral, la música y la danza, así como también es importante proteger la integridad de las ideas creadoras y de los derechos generados por los espectáculos.

III. Valoración de las potencialidades de un evento cultural como proyecto productivo

⁹ UNESCO: La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, es un organismo especializado de las Naciones Unidas. Se fundó el 16 de noviembre de 1945 con el objetivo de contribuir a la paz y a la seguridad en el mundo mediante la educación, la ciencia, la cultura y las comunicaciones.

Se dedica a orientar a los pueblos en una gestión más eficaz de su propio desarrollo a través de los recursos naturales y los valores culturales, con la finalidad de obtener el mayor precio posible de la modernización, sin que por ello se pierdan la identidad y la diversidad cultural, la alfabetización, pacifista.

Dentro de las actividades culturales buscan la salvaguarda del patrimonio cultural mediante el estímulo de la creación y la creatividad y la preservación de las entidades culturales y tradiciones orales, así como a promoción de los libros y la lectura.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Los tipos y los contenidos de la producción cultural ha evolucionado a lo largo de los años, con el progresivo desarrollo de las industrias culturales, el crecimiento económico, el incremento de la renta, del ocio y el nivel educativo y de información de la población, asociados al desarrollo de la vida y los hábitos urbanos han diversificado las formas de consumo cultural de la población, lo que ha traído como consecuencia el crecimiento de la industria cultural en tres ámbitos: a) el desarrollo tecnológico e industrial, b) la producción cultural y c) el apoyo cada vez mas importante de los gobiernos.

Los recursos económicos para el desarrollo de proyectos culturales productivos han ido ganando gran importancia, ya sea para el montaje de una exposición, la realización de un concierto o la producción y venta de una película, sin embargo el elevado incremento de la inversión necesaria para sacar adelante un nuevo producto no proviene de los costos directos en producción sino de su distribución, la misma que se ha tecnificado debido al aumento de la competencia existente del mercado, el ocio y de la cultura, así pues la inversión para dar a conocer un nuevo producto cultural crece en medida que el mercado se expande y es necesario contar con redes de distribución así como también con mecanismos de legitimación y reconocimiento.

Por otra parte la transformación en los últimos tiempos de la cultural popular¹⁰, permite la producción de nuevos bienes y servicios y la distribución hacia mercados que se amplían, por otro lado los avances tecnológicos posibilitan

¹⁰ Cultura Popular: El término **cultura popular** hace referencia al conjunto de patrones culturales y manifestaciones artísticas y literarias creadas o consumidas preferentemente por el pueblo llano, por contraposición con una cultura académica más elitista y centrada en medios de expresión tradicionalmente valorados como alta cultura.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

con una precisión y calidad la creación y reproducción de la mayoría de productos culturales.

Una de las consecuencias de esta transformación de la cultura popular es la marginación de actividades menos profesionalizadas o de las restringidas a un ámbito estrictamente local ya que forman parte de un sector cultural cada vez mas abierto, mercantilizado e interdependiente, sin embargo a pesar de lo dicho subsisten numerosos pequeños mercados de ámbito local especialmente los más artesanales como son artistas y grupos locales, aunque muchos de ellos pueden llegar a interesar a un público creciente e incluso darse a conocer nacional e internacionalmente.

Del mismo modo las actividades de concepción y gestión mas individual o de carácter espontáneo como las actuaciones de artistas en las calles, festivales en los diferentes barrios o la simple conmemoración -como es habitual en nuestro medio- con festividades relacionadas al calendario religioso y civil, tienden a ocupar espacios marginales en el contexto de la oferta y los mercados culturales, cuando no forman parte de la cultura de masas. La creación desvinculada del mercado tiende a dejar paso a manifestaciones cada vez mas programadas y estables en manos de empresas u organizaciones sin fines de lucro o estatales.

Lo que distingue la concepción económica de otras disciplinas que analizan el arte y la cultura es que esta se basa en el análisis y preferencias del público e individuos y la comunidad en su conjunto, sin que desde la ciencia económica se puedan emitir juicios normativos sobre dichas preferencias, ni sobre el valor del arte en si mismo.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Diferentes condiciones afectan las restricciones de los individuos en el momento de concretar sus preferencias las mismas que pueden estar sujetas al nivel de ingresos, el patrimonio o el tiempo disponible, la distancia física o psicológica con relación a un evento, la disponibilidad personal condicionada por la situación familiar, el nivel de formación y de acumulación de capital cultural de cada uno u otras normas sociales, religiosas o jurídicas que condicionan al comportamiento de los individuos¹¹

El valor que cada persona da a un bien o servicio cultural depende de la superposición de tres dimensiones del concepto de valor:

- la dimensión funcional consistente en el valor práctico o de utilidad que se obtiene del consumo de un determinado bien o servicio cultural, tal como el placer estético o la función decorativa del arte.
- La dimensión simbólica, consiste en el valor de prestigio que lleva incorporado la participación, el consumo o la posesión de bienes y servicios culturales, esta dimensión posee un fuerte componente social porque adquiere su valor en un contexto compartido de valores (poseer un picasso o asistir a la inauguración de la temporada de conciertos de la sinfónica no significa lo mismo para todos los grupos), bien por formar parte de la identidad nacional, social o territorial de una comunidad en particular.
- La dimensión emocional, consiste en la carga emotiva que llevan incorporados determinados bienes por razones históricas, familiares o ligadas a determinados gustos o vivencias personales (por ejemplo, las pertenencias celosamente guardadas por una persona, pasan a no significar ningún valor para sus herederos luego de su muerte).

¹¹ FREY B.S. (2000), la economía del arte, Barcelona. La Caixa. Colección estudios económicos , num 18



UNIVERSIDAD DE CUENCA

La superposición por parte de cada individuo de estas distintas dimensiones da como resultado el valor otorgado a cada bien o servicio, y este valor es personal aunque este influido por la educación recibida, la estructura de valores de cada contexto social o las vivencias anteriores y del mismo nace la función de preferencias de cada sujeto ante el mercado, que se refleja en la función de demanda del bien o servicio cultural.

Así como existen dimensiones personales es posible añadir otras dimensiones colectivas, que en ciertos casos son mal reflejados por el mercado, pero que incorporan efectos externos positivos para el conjunto de la comunidad. La carga simbólica, de identidad o de prestigio, que la sociedad otorga a algunos productos y manifestaciones culturales explica la importante presencia del sector público en la financiación de proyectos y actividades culturales, muchas de las cuales eran presentadas desde hace años atrás por priostes o personas particulares, lo que era posible por razones de orden económico, tecnológico y social y que en muchos casos sobre todo en las zonas rurales aún se acostumbran.

Mientras que el valor social de la cultura no es inmutable sino que evoluciona con el tiempo y el espacio y algunos de sus componentes se reflejan en las percepciones de valor, como la existencia de determinadas formas de cultura que beneficia al conjunto de la población pues le ofrece la posibilidad de disfrutar de los mismos en el futuro, aunque dicha opción no llegue a ejercerse nunca, el valor del legado que permite el mantener aún algunas formas de cultura y de protección del patrimonio es la mejor garantía para que las futuras generaciones puedan disfrutar de las mismas y el -valor de la identidad,- determinada en manifestaciones del arte y del patrimonio forman parte de los elementos constitutivos de la identidad local o nacional, y como tales adquieren



UNIVERSIDAD DE CUENCA

un valor simbólico para la comunidad y pueden generar procesos de marginación social.

IV. Herramientas para la definición de proyectos productivos culturales

Los emprendimientos dentro del área de la cultura han empezado a tener mayor auge en los últimos tiempos. Se crean o realizan proyectos productivos relacionados con la cultura y sus diferentes expresiones, como una necesidad económica, social o simplemente con el objetivo de conservar y transmitir su valor cultural a un grupo de personas.

Por otra parte el interés que los gobiernos han dado a la cultura, con el objetivo de rescatar los valores, así como también la importancia que a nivel mundial se ha dado al patrimonio, han permitido acrecentar los recursos económicos dentro de estas áreas, facilitando la realización de mayores emprendimientos en el área cultural, favoreciendo no solo al grupo o entidad que lleva acabo dicho proyecto, sino también al desarrollo y beneficio de las comunidades locales ya sean estos directos e indirectos, así como también la dinamización de otras áreas como la turística.

Cualquier proyecto de dinamización cultural conlleva muchas acciones, cada una de la cuales requieren ser implementadas y desarrolladas, y para esto se necesita la participación y coordinación de los agentes, autoridades, grupos e individuos con responsabilidad y compromiso en el desarrollo cultural.

La modernización de políticas culturales y de patrimonio impone a corto y mediano plazo el desarrollo de nuevos sistemas de organización y gestión, que promuevan una fuente de ingresos, pero estos sistemas deben tener en cuenta el rol de las instituciones públicas, sobre todo los más cercanos a las



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ciudadanos o miembros de un grupo social, con el objetivo de construir nuevas experiencias descentralizadas que permitan la participación de otras instituciones, de la sociedad y de los sectores productivos.

Los sistemas de organización y gestión deben contar con líneas o directrices que permitan desarrollar un proyecto cultural productivo, las mismas que se basan en:

- Que la gestión debe estar siempre en el nivel mas próximo al ciudadano y a las competencias de los diferentes sectores, siendo importante que los entes institucionales mas cercanos a la ciudadanía tengan un papel decisivo en el impulso y gestión de las iniciativas y proyectos culturales productivos.
- Asegurar la colaboración y corresponsabilidad de las diferentes instituciones especialmente las vinculadas a las políticas culturales, sociales, urbanísticas, turísticas, obras públicas y medio ambiente.
- Buscar y promover la participación de los agentes sociales, especialmente de las instituciones sin fines de lucro relacionadas con el sector cultural.
- Garantizar la diversificación de las fuentes de financiamiento y el desarrollo de estrategias de patrocinio y porque no de mecenazgo,
- Asegurar la transversabilidad cultural, colaborar con las diferentes áreas y servicios de la administradora del proyecto con el objetivo de conseguir una integración efectiva de la cultura en las diferentes políticas urbanísticas, educativas entre otras.
- Trabajar con el objetivo de conseguir la reinversión en la propia cultura y en la comunidad local.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

En nuestro medio en la actualidad existe la tendencia de promover la colaboración de un mayor número de instituciones públicas y la introducción de experiencias de gestión cultural a la empresa privada, por lo tanto los criterios que deben inspirar el desarrollo institucional cultural en el ámbito de la gestión de centros, equipamientos, conjuntos, proyectos entre otros, deberían ser:

- Sustituir la concepción de centros culturales como unidades administrativas sin personalidad propia para convertirlos en instituciones culturales con autonomía de funcionamiento y plena capacidad de gestión.
- Desarrollar un modelo de gestión basado en principios de subsidiariedad, eficiencia, optimización de recursos entre otros, ajustados a la realidad concreta y específica de cada proyecto o centro.
- La descentralización de la gestión, la diversificación de los recursos y la introducción de la iniciativa privada en el sector cultural no deben ser entendidos como simples mecanismos de reforma administrativa sino como principios fundamentales para promover el desarrollo económico, social y cultural, dentro del contexto de las transformaciones que vivimos actualmente.

Como una herramienta importante dentro de la definición de proyectos productivos culturales, es indispensable la aplicación de un diseño estratégico al ámbito de la cultura que permita la obtención de información y de tomar decisiones sobre la relación con el entorno, así como garantizar su supervivencia, viabilidad y crecimiento de los proyectos productivos culturales.

La gestión consiste en la ordenación de los recursos para la obtención de los fines de la organización bajo los criterios de eficiencia y eficacia, por lo tanto el papel de un gestor cultural o un emprendedor es el de un especialista que



UNIVERSIDAD DE CUENCA

domina un conjunto de técnicas.¹² En este contexto esta concepción racionalista de la gestión ha sido superada, e incluso en las organizaciones empresariales, la concepción del beneficio económico como objetivo único de la empresa ha sido complementada por otros como el posicionamiento en el mercado, la cultura organizacional o la imagen social.

Dentro de los emprendimientos culturales se pretende adaptar los elementos básicos de la gestión estratégica a las organizaciones o grupos de gestores, estas organizaciones o emprendimientos producen servicios culturales como patrimonio cultural (artístico, histórico, monumental, arqueológico, documental), las artes escénicas (teatro, música, danza, opera, etc...) o la cultura tradicional, ya sean con finalidad lucrativa o no.

El resultado de estas organizaciones, que no debe confundirse con sus finalidades, es un conjunto de productos o servicios dirigidos a la satisfacción de las necesidades de ocio, incluye también la capacidad de incidir sobre su público potencial para modificar sus preferencias.

Por otra parte la gestión de servicios culturales está condicionada por la necesidad de competir por el prestigio y el reconocimiento profesional de la comunidad artística y cultural, por lo tanto la producción o creación de las empresas culturales ha de satisfacer las necesidades del público y responder a los objetivos marcados por sus emprendedores sean estos públicos o privados, así como también el reconocimiento del sector que son los que definen los estándares de calidad.

¹² La gestión se concibe como una adaptación de la organización a un entorno complejo y dinámico, así como también la evolución del papel del directivo al gestor con capacidad multidisciplinaria, adaptativa y negociadora.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Las organizaciones culturales deben destacar por su capacidad para definir con claridad sus finalidades y por implicar a todos sus miembros en su consecución, cuando esto sucede se facilita la estructuración de la organización y su gestión.

La determinación de las finalidades es una etapa clave, involucra toda la gestión y estructura de la organización o proyecto cultural, esta permite conocer cuales son los propósitos de la organización, siendo capaz de sintetizarla en forma clara cuales son sus finalidades a partir del conocimiento de sus capacidades y del análisis de su entorno

Las capacidades de la organización, deben basarse en la participación comprometida de sus miembros, la confianza en la organización y la idea de sentirse miembro de un proyecto común actúan como incentivos del compromiso, por lo que es necesario en algunas organizaciones que sus miembros compartan unos valores, para lo cual es necesario realizar un diagnóstico interno y un análisis de las capacidades de la organización. Todo esto debe plantear cuales son los elementos específicos que diferencian su organización de las que actúan en el mismo sector, lo que permitirá conocer cuales son los puntos en los que la organización presenta una ventaja relativa, como un factor interno que se encuentra en condiciones de ser utilizadas para conseguir las finalidades mas conocida como fortalezas y en cuales se presentan desventajas, un defecto o problema que supone un obstáculo o debilidad.

En este contexto, resulta el análisis del entorno, el mismo que podemos considerarlo como las variables relevantes para la organización que se hayan



UNIVERSIDAD DE CUENCA

fuera de su control, siendo su objetivo principal definir los factores considerados como oportunidades y amenazas.

La supervivencia de la organización dependerá de su capacidad para transformar sus finalidades en estrategias que respondan a las oportunidades del entorno y a sus propias fortalezas.

Por lo tanto, la planificación estratégica supone un segundo paso en la consecución de las finalidades, y se sitúan entre estas y la definición de los servicios que prestará la organización, se responde al que hacer y en consecuencia planificar, es decir organizar los recursos en función de una programación de las acciones que se desea realizar.

En definitiva, para planificar estratégicamente la organización o el grupo de gestores culturales deben dotarse de un sistema propio de análisis de cada uno de los factores, internos y externos, que le permita obtener la información relevante para la toma de decisiones encaminadas a aprovechar sus capacidades internas y las oportunidades de su entorno.

V. Conclusiones

El emprendimiento cultural sigue siendo un fenómeno, que a nivel de Latinoamérica se ha desarrollado en ciertos países y en otros apenas está iniciando como es el caso del Ecuador.

Este artículo ha explorado la posibilidad de interpretar la cultura como un proceso ordenado susceptible de análisis desde el punto de vista racional, así como también se ha indicado que es importante las consideraciones económicas y sociales que permitan conseguir un beneficio para la comunidad.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Por lo tanto es imperioso apoyar y promover a través del emprendimiento cultural el mantenimiento y ampliación de los bienes y servicios culturales, buscando la universalización del acceso a estos y la ampliación de la capacidad creativa de todos los ciudadanos.

La adecuada valoración económica de la creación y difusión de los bienes culturales de carácter aficionado o profesional, artesanal e industrial, individual y colectivo se convierte en un factor de la garantía de la diversidad y al derecho de los pueblos de afianzar sus identidades en las relaciones entre las culturas.

Se debe afianzar la financiación pública de la cultura como son los programas y servicios públicos, el apoyo a actividades de iniciativa privada, así como el incentivo fiscal a las empresas que inviertan en la cultura.

Se debe implementar acciones que contengan la descentralización de las políticas y los recursos destinados al área cultural, favoreciendo todos los sectores sociales vulnerables defendiendo el principio del derecho a la cultura y al conocimiento de todos los ciudadanos.

VI. Bibliografía:

AECI “Programa de Preservación del Patrimonio Cultural en Iberoamérica”
Agencia Española de Cooperación Internacional. Secretaría de Estado para la Cooperación Internacional y para Iberoamérica. Madrid: Ministerio de Asuntos Exteriores. 2000

García Canclín. N. “Los usos sociales del patrimonio cultural” Conserjería de Cultura Junta de Andalucía 1999



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Ballart Hernández Josep y Juan i Tresserras Jordi “Gestión del Patrimonio Cultural” Ariel Barcelona 2001

Brunt, Paúl y Courtney: La percepción de los impactos socio-culturales del turismo por la población residente. University of Plymouth, Reino Unido, 1999

Cámara de Turismo del Azuay / MINTUR: Guía Cultural de Cuenca, Patrimonio Cultural de la Humanidad, noviembre 2001

Constitución Política de la República del Ecuador, Quito 2008.

Forum Mundial de las Culturas: Agenda 21 de Cultura, Barcelona 2004 (publicación de la Municipalidad de Cuenca).

Galindo Peñaherrera, Carlos: Patrimonio Cultural y sus posibilidades de uso turístico- Ponencia Cuenca Junio 2003.

Guerra Chirinos, Diana: Los actores del Turismo Cultural, una introducción a los avances y perspectivas en su estudio y aplicación. Universidad de Barcelona. 2003

León Raposeiras, Francisco: Turismo cultural: Una estrategia para el futuro. Universidad Politécnica de Valencia- España. 2004

López Monsalve Rodrigo: Cuenca: Orígenes de su patrimonio Cultural, Cuenca- 2001

López Monsalve, Rodrigo: Cuenca, Patrimonio Mundial. Cuenca 2003

MINTUR- Josep Chías: Plan de Marketing Turístico del Ecuador, 2003



UNIVERSIDAD DE CUENCA

MINTUR: Cuentas Satélites de Turismo de Ecuador.

Municipalidad de Cuenca: Expediente y resolución del nombramiento de Cuenca como Ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad.- 1999

OMT: Código Etico Mundial para el Turismo. 1999

Solís Carrión, Doris: Notas sobre cultura y globalización desde la perspectiva latinoamericana- Ponencia, 2000

UNESCO: Declaración Universal de UNESCO sobre Diversidad Cultural, París 2001

UNESCO: Resolución de la Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales (MONDIACULT) 1982

www.unesco.com

Revista Identidades, Convenio Andrés Bello- IADAP- N. 18 y otros números.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

INDICE

	PAGINA
RESUMEN	2
PALABRAS CLAVES	2
INTRODUCCION	2
SENSIBILIDAD CULTURAL E IDENTIDAD	4
EL PATRIMONIO CULTURAL COMO HERRAMIENTA FUNDAMENTAL DE LA PROMOCION CULTURAL	9
VALORACION DE LAS POTENCIALIDADES DE UN EVENTO CULTURAL COMO PROYECTO PRODUCTIVO	11
HERRAMIENTAS PARA LA DEFINICION DE PROYECTOS PRODUCTIVOS CULTURALES	16
CONCLUSIONES	21
BIBLIOGRAFIA	22