

FORMACIÓN EN GESTIÓN CULTURAL
Y ECONOMÍA CREATIVA EN HONDURAS

FORMACIÓN EN GESTIÓN CULTURAL Y ECONOMÍA CREATIVA EN HONDURAS

MARIO HERNÁN MEJÍA



UNAH
UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE HONDURAS

© Universidad Nacional Autónoma de Honduras
Primera edición, octubre de 2018
ISBN: 978-99979-56-17-0

Rector de la UNAH
Francisco Herrera

Vicerrectora Académica
Belinda Flores de Mendoza

Vicerrector de Orientación y Asuntos Estudiantiles
Áyax Irias Coello

Vicerrector de Relaciones Internacionales
Julio Raudales

Director de Cultura
Mario Hernán Mejía©

Coordinación Académica
Loordling Sarahy Zamora

Dirección de Cultura
Edificio Administrativo «Alma Máter»
8vo nivel, Ciudad Universitaria, UNAH Tegucigalpa,
Honduras, Centroamérica.
Tel. 2216-7000, ext. 110514
Correo: direccion.cultura@unah.edu.hn

Director Editorial Universitaria
Evaristo Rojas

Corrección
Miguel Raudales

Diseño
Rony Amaya Hernández

Ciudad Universitaria, Tegucigalpa, MDC
Tel. (504) 2216-5100 / ext. 100351
editorial.univ@unah.edu.hn
www.editorial.unah.edu.hn

Todos los derechos reservados

Queda rigurosamente prohibida, bajo las sanciones establecidas en las convenciones internacionales y leyes nacionales, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio, incluyendo la reprografía y el tratamiento informático, sin la autorización escrita de la Editorial Universitaria y/o de la Dirección de Cultura.

Índice

Indice de gráficos y tablas	7
Resumen.....	9
Prólogo	11
Un estudio con aplicación práctica	15
Introducción	19
1. La formación en gestión cultural en Honduras.....	19
1.1 Cultura y economía en Centroamérica.....	26
1.2 Honduras: cultura, economía y desarrollo	36
2. Justificación de la investigación.....	47
3. Objetivos e hipótesis	54
3.1 Objetivo principal	54
3.2 Objetivos específicos	54
3.3 Hipótesis de investigación.....	54
3.4 Preguntas de investigación	55
4. Marco teórico y conceptual.....	55
4.1 Cultura y gestión cultural	56
4.2 Economía creativa y gestión cultural: nuevas oportunidades para el desarrollo.....	70
4.3 La formación en gestión cultural en Centroamérica y Honduras	88
5. Metodología: técnicas de recogida de información	96
5.1 Análisis de datos	97
6. Resultados del estudio.....	100
6.1 Análisis de los resultados de la encuesta.....	100
6.2 Identificación del perfil de la formación.....	III

6.3 Análisis de los resultados de la entrevista	119
7. Conclusiones.....	124
7.1 Sobre el objeto de estudio, hipótesis y preguntas de investigación.....	124
7.2 Sobre la construcción de la oferta académica	126
Bibliografía	131

Índice de gráficos y tablas

Gráfico 1: Marco de referencia para indicadores culturales en CA.....	31
Gráfico 2: Matriz de dominios y campos sustantivos.....	34
Gráfico 3: Niveles de Formación	48
Gráfico 4: Clasificación de industrias creativas de la UNCTAD	75
Gráfico 5: Gestión cultural y economía creativa	84
Gráfico 6: Sectores y subsectores de la economía creativa.....	87
Gráfico 7: Sexo encuestados	101
Gráfico 8: Ámbito de trabajo.....	102
Gráfico 9: Nivel educativo	103
Gráfico 10: Razones para la dedicación a la gestión cultural y /o empresa creativa.....	103
Gráfico 11: Tipo de remuneración.....	104
Gráfico 12: Modalidad de gestión	105
Gráfico 13: Fuentes de financiamiento	106
Gráfico 14: Sectores y subsectores representados.....	107
Gráfico 15: Tipología de funciones de gestión cultural.....	108
Gráfico 16: Público meta.....	108
Gráfico 17: Ámbitos de asociación/colaboración entre agentes.....	109
Gráfico 18: dificultades para el ejercicio de sus funciones.....	110
Gráfico 19: Niveles de formación en gestión cultural y economía creativa	111
Gráfico 20: Proceso para la construcción de la oferta académica	128

Tabla 1: Dominios y subdominios culturales	32
Tabla 2: Funciones.....	33
Tabla 3: Contribución de la cultura a la economía nacional..	41
Tabla 4: Sectores y ámbito de actuación	68
Tabla 5: Perfiles profesionales.....	69
Tabla 6: Sistema de clasificación para las industrias creativas derivados de diferentes modelos	77
Tabla 7: Sistemas de clasificación adicionales	78
Tabla 8: Factores que contribuyen o limitan el desarrollo del sector cultural en Centroamérica	93
Tabla 9: El campo cultural en Honduras: sectores y subsectores.....	99
Tabla 10: Conocimientos disciplinares	113
Tabla 11: Habilidades instrumentales y procedimentales	114
Tabla 12: Conocimientos técnicos.....	116
Tabla 13: Actitudes, valores y normas.....	117
Tabla 14: Capacidades/competencias.....	118
Tabla 15: Perfil de los informantes clave.....	120
Tabla 16: Necesidades y competencias de gestión cultural....	122
Tabla 17: Habilidades, actitudes y competencias priorizadas	123

Resumen

La vida cultural en la sociedad contemporánea se entrecruza con la tecnología de la información y la sociedad del conocimiento propiciando nuevas formas de consumo y movilización ciudadana que demandan renovados mecanismos y estrategias de gestión cultural. En este contexto, la economía creativa ofrece inéditas oportunidades para el desarrollo humano y el crecimiento económico en países que urgen de transformaciones en su matriz productiva.

La demanda de formación en gestión cultural en Honduras y la comprobación de la hipótesis que la generación de nuevas competencias en gestión cultural, constituye un factor detonante de la economía creativa, que son temas centrales en el presente estudio.

El trabajo inicia con un análisis documental, revisión de datos sobre la economía de la cultura, estado de la cuestión sobre la formación en gestión cultural en Honduras con referencia a procesos formativos centroamericanos, que nos permitió constatar la ausencia de programas formales y registrar acciones de capacitación a través de cursos y seminarios especializados.

El taller de diagnóstico con actores claves, la encuesta y la entrevista aplicada, permitió aproximarnos a la estructura de necesidades de formación, perfiles, niveles, áreas del conocimiento que se vinculan con las capacidades generales y específicas que las futuras ofertas académicas en gestión cultural y economía creativa deben considerar.

Es nuestra intención que el estudio contribuya a la construcción de la oferta académica en el nivel superior, su diseño curricular y estimule programas de educación no formal en universidades y organizaciones interesadas, además de un insumo importante para la red de cooperación para la formación en gestión cultural que la UNAH impulsa junto con universidades españolas e instancias de cooperación iberoamericanas.

Palabras clave: gestión cultural, economía cultural, economía creativa, formación, inclusión social y desarrollo.

Prólogo

El presente trabajo tiene como base el «estudio de necesidades de formación en gestión cultural y economía creativa en Honduras» que constituyó el trabajo final de maestría (TFM) para la obtención del título oficial de Máster en Gestión Cultural con orientación académica y de investigación de la Universidad Abierta de Cataluña (UOC), Universidad de Girona (UdG) y Universidad de las Islas Baleares (UIB), España. El estudio se enmarca en la línea de políticas culturales del máster con referencia al diseño formativo en gestión cultural para la economía creativa.

Los resultados constituyen una primera aproximación a las necesidades que expresan los sectores culturales y creativos en Honduras, a sus perfiles profesionales, niveles y demandas de formación en cinco ejes fundamentales:

1. Conocimientos disciplinares.
2. Habilidades instrumentales/procedimentales.
3. Conocimientos técnicos.
4. Actitudes, valores y normas.
5. Capacidades.

El levantamiento y análisis de datos es de tipo cualitativo y la estructura de los sectores y subsectores de la economía creativa se realizó a partir de la *guía metodológica para la implementación de las cuentas satélites de cultura en Iberoamérica*,

diseñado por el Convenio Andrés Bello (CAB) y adoptado de manera oficial por los países que integran la Coordinadora Educativa y Cultural Centroamericana (CEECSICA) como un marco de referencia para la construcción de estadísticas e indicadores del sector. Somos conscientes que es necesario profundizar en la caracterización de cada uno de los subsectores creativos, analizar sus debilidades, fortalezas y potencialidades de encadenamiento con otros sectores de la economía.

La construcción de los perfiles profesionales en gestión cultural está relacionada con la formación académica y determinada a su vez por las características del contexto y las tendencias regionales e internacionales. En nuestro medio los esfuerzos institucionales para la formación en gestión cultural son escasos; reconocemos los procesos formativos impulsados desde la cooperación cultural iberoamericana, en especial el programa ACERCA de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), Organización de los Estados Iberoamericanos (OEI) a través de diferentes cursos y seminarios especializados para la región centroamericana y el Caribe.

Agradecemos la colaboración de la Cátedra UNESCO de Políticas Culturales y Cooperación de la Universidad de Girona por su asesoría técnica, a su directora Gemma Carbó, al profesor Alfons Martinell Sempere y a la doctora Laura Solanilla Demestre de la Universidad Abierta de Cataluña, UOC.

De igual manera a la arquitecta Loordling Sarahí Zamora, coordinadora académica de la Dirección de Cultura de la UNAH, por su colaboración en el proceso de consulta con informantes claves, generación de gráficos estadísticos y a

los participantes del taller para la aplicación de los instrumentos.

Las reflexiones y los datos aportados hacen evidente la necesaria generación de capacidades de gestión cultural en Honduras y Centroamérica mediante acciones de formación y capacitación en clave de desarrollo y en diálogo con procesos formativos gestados en América Latina y Europa.

El autor

Un estudio con aplicación práctica

El presente estudio sobre la gestión cultural y economía creativa en la república de Honduras pretende contribuir a la construcción de una auténtica oferta académica mediante el estímulo a la elaboración de programas educativos en universidades y otras organizaciones interesadas. Así mismo, pretende impulsar la red de cooperación para la formación en gestión cultural que la UNAH está llevando a cabo junto con otras universidades españolas e instancias de cooperación iberoamericana.

Estamos ante un diseño formativo en gestión cultural y economía creativa, centrado en la realidad que el autor conoce muy de cerca, pues no en balde Mario Hernán Mejía —que fue director general ejecutivo del Museo para la Identidad Nacional de Honduras— es actualmente director de Cultura de la UNAH, profesor, investigador, experto en planificación, políticas y estrategias de gestión cultural universitaria, además de licenciado en Literatura Dramática y Artes Escénicas de la UNAM, con su tesis «Políticas culturales y artes escénicas en América Latina».

Con esta amplia trayectoria profesional, no es difícil adivinar que nos encontramos ante un estudio que contextualiza —tanto a nivel social como teórico— la realidad actual del sector en Honduras y su encaje en un ecosistema iberoamericano de usos de la cultura y de la economía creativa para el desarrollo.

El objeto del trabajo de investigación es la necesidad de formación en gestión cultural y economía creativa en Honduras, partiendo de un análisis sobre la situación cultural y social, así como la revisión de los datos disponibles de la economía cultural para aproximarse a las competencias referidas e impulsar la economía creativa en sus diferentes áreas y sectores. El autor se detiene a analizar la formación en gestión cultural en Centroamérica y Honduras, con identificación del papel de la formación y su clasificación. El análisis de los datos (la recogida es de tipo cualitativo y se basa en una encuesta y una serie de entrevistas a *focus group* de informantes claves del sector) está perfectamente fundamentado en la guía metodológica para la implementación de las cuentas satélites de cultura en Iberoamérica. Y el estudio se completa con un muy interesante índice de gráficos y tablas, sin que falte una exhaustiva bibliografía.

Considera el autor que los sectores creativos y sus gestores, tanto públicos como privados, son un segmento productivo muy joven y de reciente existencia y/o emergencia en Honduras, como en el caso del diseño y las nuevas tecnologías que requieren del fortalecimiento de capacidades específicas de gestión cultural aplicable.

En el apartado de conclusiones sobre la construcción de la oferta académica, estima el autor que el desarrollo de competencias para el incremento de la creatividad e innovación se vuelve crucial para ampliar las oportunidades de inclusión económica en áreas no tradicionales con mayor potencial para ampliar la matriz productiva del país, por lo que se hace urgente superar el déficit de información sobre temas de economía de la cultura para la generación de políticas públicas de estímulo a los sectores culturales y creativos.

Entre las veinticinco conclusiones que ofrece como resultado del trabajo, señaladas muy acertadamente por el propio autor —como una de las prioridades para la formación en gestión cultural y economía creativa—, son las de establecer relaciones de cooperación internacional en diferentes vías: analizar sistemas de formación presentes en el ámbito iberoamericano, revisar experiencias de formación virtual, realizar estudios sobre acreditaciones, convalidaciones y reconocimientos, investigaciones compartidas, movilidad docente y de alumnado. No menos interesantes son las dos últimas conclusiones. Por un lado, la recomendación de construir una oferta formativa con visión regional centroamericana, utilizando las nuevas tecnologías de la información y que podría ser de carácter semi presencial a través de una plataforma virtual.

Y la segunda, considerar estratégica la reactivación de la red regional de cooperación para la formación en gestión cultural (2012), integrada por universidades centroamericanas, de Colombia y España, a fin de consolidar una oferta formativa regional como expresión de la cooperación cultural iberoamericana. Adelantamos que, desde ya, puede contar con nuestra cátedra para este viaje.

Estamos, pues, ante un excelente trabajo que supera la humilde apreciación del autor en el sentido de que se trata de «una base para el diseño curricular de la oferta académica a desarrollar». La presente investigación tendrá, sin duda, una aplicación práctica en el diseño de programas formativos en gestión cultural en Honduras.

Juan José Sánchez Balaguer
Codirector Cátedra Iberoamericana «Alejandro Roemmers»
de Industrias Culturales y Creativas, Universidad Miguel
Hernández, España.

Introducción

I. LA FORMACIÓN EN GESTIÓN CULTURAL EN HONDURAS

Es un tema aún incipiente y en proceso de desarrollo. Si bien se registran algunos cursos libres, jornadas de capacitación impulsados por la institucionalidad pública y la cooperación internacional desde finales de la década de los años noventa del siglo XX, es hasta el surgimiento del programa conjunto «Creatividad e identidad para el desarrollo local» de las Naciones Unidas (2008-2011)¹ particularmente la UNESCO en coordinación con la UNAH, que se institucionalizan estos procesos formativos.

Esta participación de la universidad pública del país viene a llenar un vacío en cuanto a la necesidad de certificar procesos formativos, al tiempo que incorpora a la academia el conocimiento empírico adquirido en cada uno de los territorios de nuestra geografía nacional por parte de agentes sociales que durante décadas ejercen una *praxis* orientada a desarrollar la vida cultural local.

¹El gobierno de España, a través del sistema de Naciones Unidas, estableció el fondo para el logro de los objetivos de Desarrollo del Milenio (F-ODM) y definió ocho «ventanas temáticas», una de las cuales fue cultura y desarrollo (CyD). El programa conjunto «Creatividad e identidad cultural para el desarrollo local» (Honduras), se enmarcó en la ventana (CyD) y se diseñó con el propósito de contribuir al desarrollo social y económico de comunidades hondureñas mediante el fortalecimiento de capacidades institucionales y humanas para la gestión del desarrollo cultural y creativo de manera descentralizada y sustentada en la diversidad de identidades hondureñas.

La capacitación en gestión cultural en Honduras constituye un desafío frente a condiciones adversas y poco valoradas a las que se enfrentan gestores locales y organizaciones civiles y la propia institucionalidad pública de cultura convertida en una instancia de tercer nivel al pasar de una secretaría de Estado a una dirección ejecutiva.

Los agentes sociales conformados por artistas, profesionales, voluntarios y ciudadanos destacados, asumen el liderazgo del desarrollo cultural y la organización de la vida cultural a escala local y en los principales núcleos urbanos de Tegucigalpa y San Pedro Sula, en menor escala, desde oficinas municipales, fundaciones, grupos independientes, empresas privadas o la dirección de un centro cultural.

A medida que se reconoce la cultura como área estratégica indispensable para lograr la cohesión social, fortalecer el sentido de pertenencia y a la vez mejorar las condiciones de vida a través de la generación de bienes y servicios, se manifiesta la necesidad de desarrollar competencias y habilidades específicas de gestión cultural aplicadas para desarrollar ambas dimensiones: el desarrollo humano y la economía creativa ².

El campo de la cultura requiere de mayor estructuración, principalmente en aquellos países que su débil institucionalidad pública y la ausencia de marcos jurídicos o un mercado claramente establecido debilitan la articulación de los encadenamientos productivos. En este contexto debemos ubicar la función de la gestión cultural, sus características, a partir de las diversas miradas de los propios agentes involucrados en la cadena de valor.

²Tomamos como base la siguiente noción: La economía creativa es un concepto basado en los recursos creativos que de manera potencial generan crecimiento económico y desarrollo (UNCTAD, 2010).

Para aproximarnos a nuestro objeto de estudio (necesidades de formación en gestión cultural y economía creativa) partimos de un análisis sobre cultura, sociedad y política en Honduras, la revisión de los datos disponibles de la economía cultural para aproximarnos a las competencias requeridas para impulsar la economía creativa en sus diferentes áreas y sectores.

La economía creativa, conocida también como economía cultural basada en el conocimiento, constituye el centro de la economía mundial en los últimos años, principalmente en países desarrollados. El concepto combina la tecnología, la creatividad, el arte y la innovación; estos campos, que van desde las artes escénicas a la multimedia, tienen el potencial de contribuir al crecimiento económico y propiciar el desarrollo cultural para lo cual se requieren habilidades y competencias específicas para la gestión de proyectos culturales y la administración de empresas culturales y creativas. Como resultado de la investigación buscamos precisar estas necesidades.

En las clasificaciones y tratamientos internacionales sobre la economía creativa las definiciones varían y no existe un consenso al respecto más que recomendaciones de hacer una lectura crítica y una labor de contextualización a la realidad de cada país.

La conferencia de las Naciones Unidas para el comercio y el desarrollo (UNCTAD por sus siglas en inglés), incluye las siguientes actividades dentro de esta categoría: artes escénicas, audiovisuales (cine, televisión, radio), nuevos medios (software, juegos de video y otros contenidos creativos digitalizados, diseño (interior, gráfico), la edición y los medios de comunicación impresos, las artes visuales y sitios culturales.

En conjunto, estas actividades comprenden el capital cultural y creativo de un país, de ahí su justificación para adoptar medidas de política pública, estrategias educativas y capacidades de gestión para asumir esos encargos sociales.

La investigación ofrece un esquema de los sectores y subsectores culturales/creativos a partir de la guía metodológica desarrollada por el Convenio Andrés Bello (CAB, 2015). Considerando las limitaciones institucionales en materia de estadísticas e indicadores culturales, tomaremos como marco de referencia estudios sobre la materia desarrollados por organismos internacionales como UNESCO y el PNUD³.

En una revisión preliminar sobre las diferentes perspectivas que relacionan la cultura con la economía, se desprende que no existe un consenso sobre la relevancia y magnitud de estos vínculos, aunque la evidencia empírica indica que esa relación puede ser significativa.

Por medio de indicadores disponibles, se pone de manifiesto las limitaciones de la población en Honduras en cuanto al acceso a la educación formal o a la lectura en general: solo tres jóvenes de diez tienen acceso a la educación secundaria y apenas uno a educación universitaria; de diez escuelas públicas, menos de tres disponen de bibliotecas (PNUD, 2003).

La gestión cultural en Honduras presenta un particular escenario; la acción cultural se constituye más por elementos empíricos que por una base académica disciplinar desde la gestión cultural; sin embargo, el propio sector reconoce e

³Entre los estudios de referencia mencionamos: «La cultura en números: hacia un sistema de indicadores culturales para Centroamérica» (2008). San José: UNESCO. «Informe sobre desarrollo humano, Honduras 2003: la cultura, medio y fin de desarrollo» (2003). San José: PNUD.

identifica sus necesidades de formación y profesionalización como apreciaremos en los resultados del estudio.

La escasa oferta de formación para los gestores culturales implica que se carece de un elemento clave para la transformación y el desarrollo: la generación de competencias para estimular la creatividad y la innovación como elementos dinamizadores de la sociedad y la economía del siglo XXI.

La oferta de formación en gestión cultural y economía creativa, sus niveles y perfiles, deben derivar de las necesidades particulares identificadas en cada ámbito, de la percepción de sus propios actores inmersos en una realidad política, social y económica particular que requiere de habilidades y competencias específicas.

Asimismo, el contexto globalizante, las nuevas tecnologías de la comunicación e información, impactan en las formas tradicionales de creación, producción y consumo cultural; suponen nuevas relaciones con la sociedad, mismas que aún no terminamos de procesar y constituyen el campo de trabajo del gestor cultural contemporáneo en contextos sociales específicos.

Los diagnósticos generados en la región centroamericana en los últimos años, ponen de manifiesto una serie de factores que limitan y contribuyen al desarrollo de la cultura; entre ellas, la generación de capacidades de organización sectorial, gestión de proyectos, distribución y difusión de bienes culturales, la especialización de tareas y funciones que se traduce en la diferenciación entre los oficios de creación y producción; se recomienda el establecimiento de redes, circuitos de distribución de la producción cultural regional impulsados por los propios actores culturales (Hivos, 2001).

En esa misma línea, se reconoce que las organizaciones culturales y artísticas deben contribuir al mejoramiento de la calidad de sus productos para el mercado y en la sostenibilidad de los proyectos y la diversificación de las fuentes de financiamiento.

Otro de los temas sensibles en la región centroamericana es la relación entre cultura y economía que requiere situarse en una perspectiva más amplia que distinga las diferencias entre el acto creativo, la libertad cultural o los procesos culturales con la generación de bienes y servicios culturales para el mercado.

Entre los factores que favorecen el desarrollo del sector cultural destacamos la comunicación informal entre sus agentes, la capacidad de *lobby* del sector independiente con otros sectores como el gubernamental y la cooperación internacional que se asume como un agente clave en el estímulo a las artes y la protección del patrimonio cultural.

Los factores que limitan su desarrollo es la baja incidencia en la generación de políticas públicas del sector cultural, escasa articulación interinstitucional para la suma de esfuerzos y recursos, la reducida inversión estatal y la necesidad de adquirir capacidades gerenciales y administrativas para el desarrollo de proyectos.

Los retos para el desarrollo cultural en la región, se presentan en dos vías: hacia «las raíces», territorio, memoria histórica y reconocimiento del carácter multicultural de nuestros estados y hacia «afuera» en sus diferentes niveles de redes, migraciones e intercambios que propician las «transferencias» culturales y desdibuja la clásica oposición entre lo tradicional y moderno; ambas facetas de la expresión cultural

coexisten y circulan por los nuevos espacios audiovisuales, virtuales y simbólicos.

De igual manera, la acción cultural de los estados, centrada en la protección del patrimonio histórico monumental en sus vertientes precolombina, colonial y republicana, no permitió visualizar la realidad y riqueza de los cruces e hibridaciones en las expresiones culturales de los diversos pueblos que habitan el istmo. Hibridación que da cuenta del carácter de confluencia cultural entre el Norte, el Sur y el Caribe que distingue la geografía centroamericana y su actual diversidad cultural.

De manera más reciente, nos enfrentamos a los retos que plantea la sociedad de la información que va creando nuevos espacios para la interacción individual, social, económica y cultural que rebasa el ámbito nacional y reclama al Estado una adecuada respuesta a través de políticas públicas que incorporen la dimensión supranacional y la participación de otros agentes en los asuntos de política pública.

Las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones posibilitan la construcción de nuevos escenarios para el diálogo y el conocimiento mutuo, brinda una plataforma para una educación de calidad, a procesos dinámicos y participativos, a cruces interculturales que podrían traducirse en un salto cualitativo para el desarrollo humano.

Estos nuevos ámbitos de acción que ha propiciado la sociedad de la información y de los cuales emergen nuevas prácticas crea un nuevo espacio social al cual no solamente hay que adaptarse, sino capacitarse.

Estos escenarios transforman la escena pública donde el Estado ha sido protagonista casi exclusivo definidor del senti-

do de la vida social, económica y política de los pueblos; la globalización y el entorno tecnológico abre las puertas para la redefinición de los agentes del campo cultural y sus territorios; las experiencias ciudadanas y comunitarias pueden ser modélicas e incidir en la formulación de políticas públicas locales y nacionales.

1.1 CULTURA Y ECONOMÍA EN CENTROAMÉRICA

Los indicadores culturales y los sistemas de información del sector son temas abordados en Iberoamérica desde diferentes espacios políticos e instancias de integración subregional; particular mención merece el Convenio Andrés Bello (CAB) de integración regional fundado en 1970 e integrado por trece países de América Latina y España (Bolivia, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, España, México, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana y Venezuela).

El CAB, elaboró una metodología de las cuentas satélites de cultura⁴, este modelo de valoración económica fue diseñado para calcular los aportes de los procesos de creación, producción, difusión, transmisión, consumo y apropiación de los productos culturales a la economía de los países de la región; la primera edición, tuvo como título *Manual metodológico para su aplicación en Latinoamérica* (2009), revisada posteriormente y publicada en una versión de alcance iberoamericano en 2015.

Cinco años después de ser publicados, los lineamientos planteados desde el CAB fueron acogidos en los procesos de medición de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa

⁴Disponible en: http://convenioandresbello.org/documentos/Manual_Implem_Economia_Cultura_Iberoamerica.pdf

Rica, Ecuador, España, México, Paraguay, Perú, República Dominicana y Uruguay; también han orientado la generación de información base en Bolivia, Honduras, Guatemala, Cuba, Panamá y Venezuela, países en los que posteriormente se podrá aplicar la metodología (CAB, 2015, p. 15).

Lo anterior, es resultado del proyecto de economía y cultura iniciado en seno del CAB desde 2005 e impulsado por sus países miembros motivados inicialmente por conocer la contribución de diferentes sectores de las industrias culturales al Producto Interno Bruto (PIB) analizando dimensiones como las importaciones, las exportaciones, la situación de los derechos de autor y la piratería.

Desde sus inicios se adoptó la definición que ha hecho la UNESCO de industrias culturales y se hizo un gran esfuerzo por determinar desde las cadenas productivas involucradas en cada uno de los sectores, hasta recopilar una información que en la mayoría de los países suele estar fragmentada y desorganizada.

Los estudios económicos realizados en América Latina evidenciaron otras preocupaciones derivadas de los análisis económicos y que tenían que ver con la definición de políticas culturales, el apoyo a la generación de modelos de pequeñas y medianas empresas culturales, la necesidad de estudiar procesos de negociación en el marco de los tratados de libre comercio y en el seno de la Organización Mundial de Comercio (OMC) y la urgencia de explorar las repercusiones de las industrias culturales en la vida social y política en cada uno de los países.

De ahí los valiosos aportes del desarrollo humano definido como un proceso por el cual se amplían las opciones de las

personas y se expanden sus oportunidades al considerar la libertad cultural como elemento central:

La libertad cultural implica permitir a las personas la libertad de escoger sus identidades y de llevar la vida que valoran, sin ser excluidas de otras alternativas que les son importantes como las correspondientes a la educación, la salud o las oportunidades de empleo (PNUD, 2004, p. 18).

A los aportes generados alrededor de las teorías del desarrollo humano, se suman los valiosos esfuerzos de la UNESCO en la generación de metodologías de estudio y marcos de referencia para delimitar el sector y medir sus impactos con mayor precisión.

Los indicadores UNESCO de *Cultura para el Desarrollo* (IUCD, 2014) proponen una metodología que permite mostrar con datos empíricos la función de la cultura en los procesos de desarrollo sostenible y crecimiento económico al reconocer la doble naturaleza de sus bienes y servicios culturales (material y simbólica).

Los bienes y servicios culturales presentan un valor añadido más allá de la generación de empleo y aportes monetarios, fomenta el capital creativo y social de un país cuando se identifican como productos diferenciados del resto de bienes y servicios económicos porque «engloban valores artísticos, estéticos, simbólicos y espirituales» (UNESCO, 2009, p. 22).

Los IUCD analizan la contribución del sector cultural a través de tres indicadores centrales:

1. La contribución de las actividades culturales al PIB.
2. Empleo Cultural.
3. Gasto de hogares en cultura (UNESCO, 2014, p. 22).

Entre las bondades de este sistema de indicadores, destacamos la oportunidad de hacer visible el potencial aporte de la cultura al desarrollo económico acorde a las realidades de países que presentan déficits en la producción de información estadística; asimismo ofrece la posibilidad de alinear las cuentas nacionales con las normas y estándares internacionales.

Para responder a la realidad de la mayoría de los países de renta media, media-baja y baja, que disponen de capacidades y fuentes de datos insuficientes en materia de estadísticas culturales, los IUCD adoptan un enfoque simplificado y pragmático que se basa en el Marco de Estadísticas Culturales (MEC) de la UNESCO. La construcción de los indicadores centrales de la dimensión «Economía» se debe considerar por tanto como una primera etapa de un proceso de fortalecimiento de las capacidades y los sistemas de información para medir la contribución de la cultura al desarrollo en el plano nacional, con vistas a poner de manifiesto cuáles son los ámbitos en los que se debe intervenir prioritariamente, así como los puntos fuertes y las carencias que exigen una investigación ulterior más profunda, destinada a coadyuvar a la elaboración de políticas adecuadas (UNESCO, 2014, p. 23).

Los diferentes ámbitos que componen la cultura como sector y su heterogeneidad productiva que reúne actividades industriales, artísticas, artesanales e incluso de la economía informal, constituye un reto para lograr la comparabilidad. En ese sentido se han realizado esfuerzos notables en la re-

gión centroamericana en la construcción de un marco común para todos los países.

En el nivel oficial, el interés por los indicadores culturales se manifiesta en la XXII Reunión Ordinaria de la Coordinadora Educativa y Cultural Centroamericana (CECC), instancia técnica del Sistema de la Integración Centroamericana, SICA. (San Salvador, 2003) y en posteriores reuniones de autoridades culturales tanto en el ámbito centroamericano como interamericano.

Durante el primer semestre de 2005, en el marco de la XXIV Reunión Ordinaria de la CECC, en Belice, la UNESCO presentó los avances del primer estudio centroamericano sobre indicadores culturales titulado «Propuesta de la UNESCO para el reforzamiento de las instituciones culturales en la integración centroamericana»; las autoridades presentes, señalaron el carácter prioritario de implementar un sistema de indicadores culturales para la región.

Para hacer realidad la demanda anterior, en el año 2007, la Oficina Multipaís de UNESCO en San José, Costa Rica y la Coordinadora Educativa y Cultural Centroamericana (CECC) suscriben un *Memorando de Entendimiento* para desarrollar un estudio que, por primera vez, reúne información sistematizada y datos pertinentes para la región: «Se trata de una identificación inicial de criterios teóricos y metodológicos para establecer los indicadores culturales de los países centroamericanos» (UNESCO, 2008, p. 13).

Entre los antecedentes importantes en la región a tal iniciativa podemos mencionar el *IX Informe Estado de la Nación* (Costa Rica, 2002); *Informe sobre desarrollo humano: la cultura: medio y fin del desarrollo*, (Honduras, 2003); *Desafíos*

y opciones en tiempos de globalización (El Salvador, 2003). Nicaragua ha confeccionado dos informes nacionales de desarrollo humano en los que se ha propuesto: primero, generar una radiografía de país (Informe 2000) y luego identificar las aspiraciones de la sociedad nicaragüense en su diversidad (Informe 2002) y el informe sobre desarrollo humano «¿Nicaragua asume su diversidad? (Nicaragua, 2005)».

El estudio en mención, propone un marco de referencia para las estadísticas e indicadores culturales a partir de tres ejes que permitieron elaborar una matriz con una serie de dominios o campos sustantivos del quehacer cultural basados en el marco de referencia (MEC) de la UNESCO del año 2009:

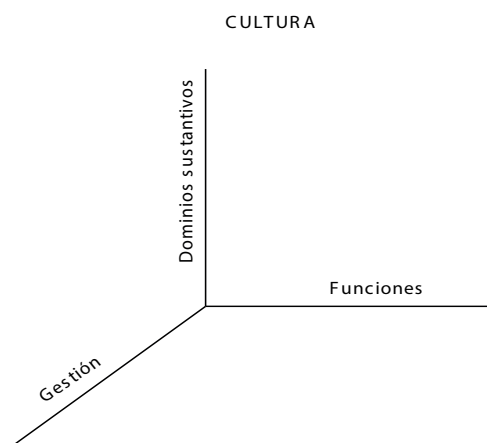


Gráfico 1: marco de referencia para indicadores culturales en CA. Fuente: elaboración propia a partir de UNESCO-SJ, 2008. «La cultura en números: hacia un sistema de indicadores culturales para Centroamérica». San José, Costa Rica, p. 28

Los dominios o campos sustantivos corresponden a la delimitación temática sobre lo que se entiende por cultura en un país y su universo de sectores y subsectores. En el capítulo 9 del estudio en mención, se presenta un marco de referencia

de carácter conceptual y metodológico común a los países centroamericanos con el objetivo que sirva de herramienta operativa en el proceso de construcción de indicadores:

1. Patrimonio tangible Sitios arqueológicos Sitios paleontológicos Monumentos históricos (y artísticos) Museos Archivos Bibliotecas y hemerotecas Bienes muebles	2. Patrimonio intangible Ferias y fiestas comunitarias Cosmovisión Medicina tradicional Narración tradicional Narración oral Artesanías Gastronomía Danzas tradicionales Lengua Vestimenta
3. Medios impresos y literatura Libros Periodicos y revistas Impresos publicitarios (afiches, brochures, volantes, anuncios, etc.)	4. Artes escénicas Música Teatro Danza
5. Artes visuales Artes plásticas (pintura, escultura, dibujo, fotografía, etc.) Arquitectura Diseño	6. Medios audiovisuales Cine Radio Televisión Música grabada Video Internet

Tabla 1: dominios y subdominios culturales. Fuente: UNESCO-SJO, 2008. «La cultura en números: hacia un sistema de indicadores culturales para Centroamérica». San José, Costa Rica, p. 28

Las funciones identificadas en el estudio, se ubican en las diferentes etapas del ciclo básico de la cultura, desde la creación hasta su disfrute o consumo:

Etapas o funciones	Descripción
1. Preservación y registro	Se refiere a todas las acciones encaminadas a la protección, restauración, conservación y mantenimiento.
2. Creación	Trabajo original que, normalmente supone derechos de autor (escritores, dramaturgos, pintores, escultores, fotógrafos, compositores, coreógrafos, directores de cine, guionistas, etc.).
3. Producción	Acciones a través de las cuales el trabajo original se hace accesible al público (producción editorial, cinematográfica, teatral, televisiva, de discos, etc.).
4. Distribución y difusión	Incluye la organización de eventos y promoción como presentaciones musicales, teatrales, exposiciones, festivales, exhibiciones cinematográficas, etc. Incluye librerías, transmisión de programas de radio, internet.
5. Ventas/consumo	Visitas a museos y sitios arqueológicos, asistencia a bibliotecas, cines, teatros, audiencias de radio y televisión, lectura de libros, periódicos y revistas, etc.
6. Educación/formación profesional	Formación de creadores e intérpretes artísticos, así como de recursos humanos que intervienen en las fases de producción.
7. Participación/práctica social	Incluye las prácticas no profesionales de las disciplinas artísticas.

Tabla 2: funciones. Fuente: UNESCO, 2008. «La cultura en números: hacia un sistema de indicadores culturales para Centroamérica». San José, Costa Rica, p. 29

La gestión cultural señala los ámbitos de intervención de las políticas culturales, desde el gubernamental, privado, asociativo; sus niveles: local, regional y nacional y se identificaron los siguientes: infraestructura y equipamiento cultural, empleo, financiamiento, protección de los derechos de autor, participación y acceso, diversidad cultural, comercio exterior y legislación.

Los cruces que se generan entre estos tres campos: dominios, funciones y gestión, generan una matriz tridimensional

con un gran número de posibles variables, que constituye una guía de trabajo para desarrollar y distinguir cuáles son pertinentes y significativos a la realidad local.

Lo anterior nos permite apreciar la complejidad que implica la evaluación de los sectores culturales que por su dinámica propia es particularmente diverso y heterogéneo, ya que mezcla aspectos tangibles e intangibles, constituye un bien y un servicio a la vez, recae sobre el ámbito industrial, artesanal y artístico y sobre los sectores público, privado y sin ánimo de lucro.

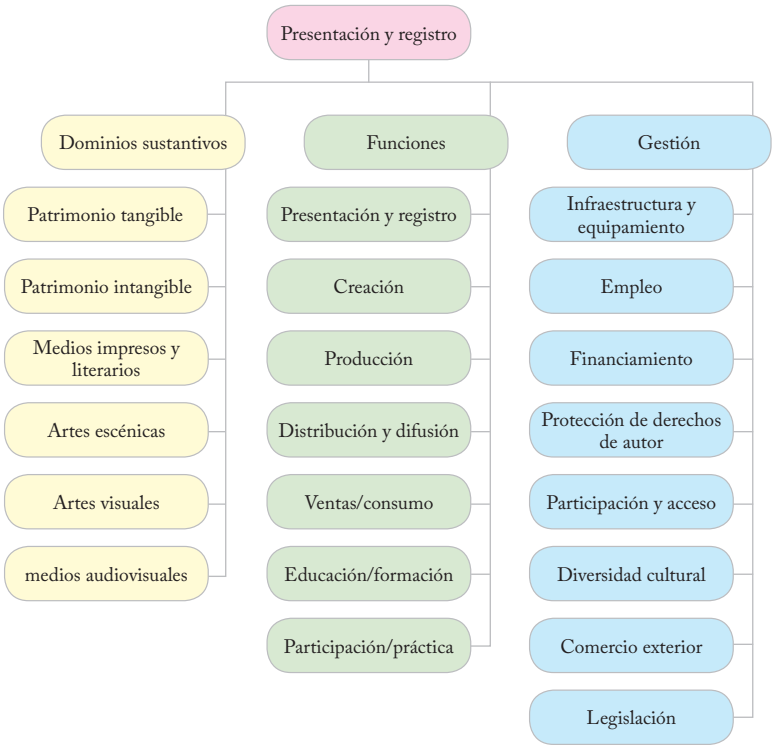


Gráfico 2: matriz de dominios y campos sustantivos. Fuente: elaboración propia a partir de UNESCO-SJO, 2008. «La cultura en números: hacia un sistema de indicadores culturales para Centroamérica». San José, Costa Rica.

Este primer diagnóstico para el diseño de indicadores culturales en los países centroamericanos, subrayó la importancia de contar con información actualizada que muestre la evolución y tendencias de cada sector para el momento de tomar decisiones, formular políticas públicas e implementar proyectos y programas de fomento del campo cultural y motivar sus interrelaciones con otros sectores económicos y creativos.

Para lograr la comparabilidad, tanto internacional como en la región centroamericana, se acordó adoptar el esquema creado por el Convenio Andrés Bello: *Manual metodológico para su implementación en Latinoamérica*, con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Agencia Española de Cooperación al Desarrollo (AECID), el año 2009.

Para el año 2013, se lanza el proyecto regional de «Cuentas satélites de cultura» (CSC) con la emisión de un acuerdo en la Cumbre de Presidentes y Jefes de Estado del Sistema de la Integración Centroamericana, SICA. Costa Rica es el primer país de Centroamérica y el Caribe en construir su cuenta satélite de cultura. Las primeras mediciones se presentaron en octubre de 2013 sobre ocho de los trece sectores del campo cultural identificado por el Convenio Andrés Bello (2009)⁵.

Desde 2009 y hasta 2014, el sistema de clasificación de los sectores y subsectores del campo cultural es objeto de debate, reflexión y revisión hasta llegar a la propuesta publicada en la actual *Guía metodológica para la implementación de las cuentas satélites de cultura en Iberoamérica*, que nos brinda un marco de referencia para el análisis del campo cultural en la región centroamericana y Honduras en particular.

⁵Ver: http://www.bccr.fi.cr/cuenta_satelite_cultura/index.html

1.2 HONDURAS: CULTURA, ECONOMÍA Y DESARROLLO

La Constitución de la República de Honduras, promulgada en 1982, establece en su artículo primero el derecho a la cultura⁶; a su vez, los artículos 172 y 173 tratan de la riqueza antropológica, arqueológica, histórica y artística como parte del patrimonio cultural de la nación.

Los preceptos constitucionales relativos a la cultura en Honduras establecen que toda la riqueza artística, histórica, arqueológica del país, constituye el tesoro cultural de la Nación y estará bajo la salvaguardia del Estado; así como las artes e industrias populares son elementos de la cultura nacional y gozan de especial atención a fin de conservar su autenticidad mejorando su producción y distribución⁷.

Si bien los aspectos culturales no están elaborados en términos de derechos culturales de la población, la Constitución de la República de Honduras, en su Título III, reconoce múltiples aspectos de esos derechos consagrados en la normativa jurídica internacional y aparecen enmarcados en una función educativa que adquiere preeminencia.

Sin embargo, falta aún mucho desarrollo legal y práctico para que estos enunciados pasen de la formalidad a la realidad en la perspectiva de derechos culturales.

⁶«Honduras es un Estado de derecho, soberano, constituido como república libre, democrática e independiente para asegurar a sus habitantes el goce de la justicia, la libertad, la cultura y el bienestar económico y social» (art. 1).

⁷Artículos 172-175. Constitución de la República de Honduras, 1982.

En otros artículos constitucionales y acuerdos ejecutivos⁸, se reconoce la diversidad cultural y se asumen unos deberes político-institucionales que vinculan la gestión cultural del Estado a fin de satisfacer los derechos que se derivan de ese valor.

La modernización del Estado hondureño inicia durante la década de los noventa con la aprobación en 1991 de la *Ley para la modernización del Estado*. En 1992 inicia un proceso de reestructuración del sector público en el marco de las acciones de ajuste estructural de la economía recomendada por organismos como el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial (BM).

Las reformas al sector público contemplaron como ejes centrales la privatización de los servicios públicos, la descentralización y manejo de recursos humanos; se reorganizan las secretarías de Estado, se institucionaliza el Gabinete Económico en el marco de la nueva *Ley General de la Administración Pública* de 1996 y sus reglamentos en 1997.

«El Informe nacional de desarrollo humano de Honduras» (INDH, 2003) *La cultura medio y fin del desarrollo*, «el Informe mundial de desarrollo humano 2004» y el INDH de Honduras 2006 «*Hacia la expansión de ciudadanía*» enfatizan la cultura como motor de desarrollo tanto por su contribución a la construcción de ciudadanía a través del diálogo, convivencia, cohesión e integración y como factor de desarrollo económico mediante industrias creativas, culturales y de turismo rural vinculado a mercados.

⁸El artículo 346 de la Constitución de la República de Honduras señala medidas de protección de los derechos e intereses de las comunidades indígenas existentes en el país y el Acuerdo Presidencial 0719-EP-94 (agosto de 1994), reconoce el carácter pluricultural y multiétnico del país y enfatiza la educación intercultural bilingüe como respuesta estatal a la riqueza de su diversidad cultural.

«El Informe nacional de desarrollo humano», Honduras 2003, del PNUD, evidenció la escasez de recursos (institucionales, instrumentales y financieros) existentes para la participación de la ciudadanía en la vida cultural y puso de manifiesto la necesidad de mayor reconocimiento de la diversidad cultural interna, la debilidad de la industria cultural, el potencial de vincular a la producción artesanal y creativa con la actividad turística y la conveniencia de una mayor reflexión sobre la centralidad de los aspectos culturales en el conjunto del desarrollo del país.

En educación, se registran algunos avances en el nivel de primaria; no obstante, persiste una baja cobertura en el nivel secundario, particularmente en la formación técnico-vocacional, y en la educación superior y graves problemas de repitencia y deserción escolar.

En cuanto al fomento de las artes, la producción de bienes y servicios culturales, el respeto de los derechos de las poblaciones indígenas y negras y su patrimonio cultural en el marco de las normativas nacionales e internacionales, se registran ciertos avances como la ratificación de convenciones internacionales promovidas por la UNESCO⁹ que aún requieren de su incorporación al marco jurídico nacional.

En cuanto a la disponibilidad de datos e indicadores culturales no es una práctica estatal ni del propio sector producir información estadística que sirva de guía al sector privado inversionista, ya que persiste un desconocimiento generalizado en la sociedad hondureña y en su sector privado de los

⁹Destacamos la ratificación de la «Convención para la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial» realizada el 24/07/2006; la adhesión a la «Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales» el 31/08/2010 y la ratificación de la «Convención sobre la protección del patrimonio cultural subacuático» el 23/07/2010.

beneficios concretos de los bienes y servicios culturales frente a aspectos como su productividad, competitividad y convivencia.

Los ejemplos locales que han apostado por la actividad cultural son limitados, destacándose los casos de Santa Rosa de Copán y Comayagua, cuyos gobiernos locales y comisiones ciudadanas incorporan la dimensión cultural del desarrollo y se realizan esfuerzos notables en la construcción de una oferta cultural a sus ciudadanos.

Contrario a los procesos sociales, las finanzas públicas siguen considerando la inversión en el sector como gasto destinado al beneficio exclusivo de sus agentes, sean artistas u organizaciones civiles y no como inversión en desarrollo humano.

Por otra parte, se registra la constitución creciente de empresas que hacen uso de recursos culturales y patrimoniales como la artesanía y productos asociados al turismo como cierta producción artística, el procesamiento de fibras, la gastronomía, la explotación de productos alimenticios vernáculos, oficios tradicionales y algunas áreas del deporte, en las cuales los bienes y servicios culturales y creativos pueden encontrar mercados promisorios.

En cuanto al desarrollo del arte tenemos que un alto porcentaje de la vida cultural en el país es impulsado por organizaciones civiles, artistas y asociaciones culturales que generan sus propias metodologías de trabajo y gestión de recursos. El campo artístico en Honduras luce poco estructurado en su cadena de valor: existe un mercado reducido a nivel interno y muchos artistas visuales cuentan con notable aceptación en circuitos internacionales especializados.

La producción audiovisual se ha incrementado en los últimos años a partir de la aparición de la primera película de ficción registrada: «Mi amigo el ángel» (Sami Kafati, 1962); los avances tecnológicos y la aparición de directores con formación académica brinda un impulso notable y propicia la inversión privada. De acuerdo a estimaciones, en Honduras se producen entre cinco y siete películas de ficción al año.

El país no cuenta con información estadística y sistematizada del sector cultural, a pesar de los esfuerzos de la UNESCO en proveer de una marco de referencia para la región; sabemos de la existencia de una propuesta de la «Cuenta satélite de cultura» que no se ha implementado; existen registros en algunas cuentas nacionales de los aportes del sector público lo cual contribuye a un desconocimiento generalizado en la sociedad y sector privado de los beneficios concretos de los bienes y servicios culturales frente a aspectos económicos como su productividad, competitividad y sociales, como la convivencia ciudadana, cohesión social, sentido de identidad y pertenencia.

El financiamiento de la cultura en Honduras tiene al Estado como principal aportante, seguido de la cooperación internacional, que constituye un actor protagonista para el funcionamiento de la vida cultural ante la disminución progresiva de fondos públicos y escasos recursos privados a través de patrocinios empresariales y fundaciones culturales.

La dificultad de articular información desde las instancias nacionales rectoras de la política cultural en Honduras, y Centroamérica en general, permite observar la desvinculación de las mismas con otros sectores de la vida social y económica; la mayor parte de la información se encuentra en diferentes escenarios, muchos de ellos desvinculados de la institucionalidad pública.

En cuanto a la producción de información tenemos, por una parte, que la heterogeneidad que se registra en las estructuras nacionales ocupadas de los asuntos culturales hace que la información se encuentre dispersa. Por otra parte, el registro estadístico en lo referente a las industrias culturales se encuentra en el sector privado o en otras áreas de la institucionalidad pública. Tal es el caso de las telecomunicaciones (radio, televisión, internet, periódicos) que están regulados por instancias distantes de la política cultural (UNESCO, 2008, p. 76).

El programa conjunto de Naciones Unidas «Creatividad e identidad para el desarrollo local» (2008-2011), propició un estudio que permitió hacer la primera cuantificación económica para las actividades del sector cultural en Honduras y una valoración prospectiva sobre los potenciales impactos de la propuesta de *Ley General de Fomento a la Cultura* (2011), con el propósito de contar con una herramienta que permitiera identificar el valor económico de la cultura que traería al país la aprobación de una ley especial.

De acuerdo a datos recopilados en el estudio, el aporte al PIB del sector cultural en Honduras ha evolucionado del 0.01% en la década de los noventa del siglo XX al 1.69% registrado en 2011:

Indicador cultural	Aporte a la economía
Contribución del sector cultural al PIB	1.69%
Contribución de la economía, sombra cultural	0.56%
Empleo cultural	1.03%
Valor agregado cultural	3,040 millones de lempiras
Valor agregado per cápita	191,143 lempiras por trabajador cultural
Gasto público cultural	0.09% del PIB o 326 lempiras por individuo

Tabla 3: contribución de la cultura a la economía nacional Fuente: Gallegos y Mejía, 2011, PNUD, Tegucigalpa, Honduras (sin publicar).

La principal hipótesis del estudio fue que las actividades del sector cultural estimulan de manera importante la actividad económica formal e informal en Honduras; impulsan al conjunto de la actividad económica nacional medida por el Valor Agregado Bruto (VAB) cultural al Producto Interno Bruto (PIB). Además, la aportación de las actividades del sector cultural al PIB presenta un crecimiento significativo a lo largo de los años.

Las actividades desde la óptica de producción de bienes y servicios homogéneos que registra el PIB no conforman un sector único específico de actividad económica debido al carácter transversal de la cultura y a las múltiples interconexiones con otros sectores creativos que inyectan una dinámica al sector productivo.

La medición se realizó para los años 2004 al 2010 a precios corrientes y precios constantes y su resultado para 2010 muestra que la cultura aporta un 1.13% al PIB en precios constantes. Este valor se mantuvo ligeramente inferior frente al año 2009, pero significativamente mayor al 0.81% de la aportación al PIB del año 2004, con crecimiento promedio anual de 5.6%. La ligera disminución del aporte al PIB se debe principalmente al efecto rezagado del conflicto político en Honduras del año 2009 y a la situación económica mundial que causó una contracción en el valor agregado de todos los sectores (Gallegos y Mejía, 2011, p. 22).

Es importante mencionar que el VAB tiene un incremento en todo el período analizado, pasando de 1083 millones de lempiras (\$47 millones aprox.), en el año 2004, a 1791 millones de lempiras (\$77.8 aprox.), en el 2010, y registró una tasa media de crecimiento de 5.6% en el mismo período.

Las actividades del sector cultural muestran ser, como lo señala la teoría económica actual y la hipótesis del estudio, un sector de importancia económica cuyo aporte a la riqueza nacional no se ha visibilizado adecuadamente. Es por ello que la cultura merece ocupar una posición de relevancia en la construcción de políticas públicas nacionales no solo por su efecto en el orgullo e identidad nacional hondureña que fortalece la cohesión social, sino por su cuota al desarrollo integral y sostenible de la economía del país (Gallegos, 2013, p. 43).

El estudio, cuantificó la contribución económica de las actividades del sector cultural y su comparación con los otros sectores de actividad económica hondureña y concluimos que la cultura contribuye 1.13% al PIB y que su economía sombra adiciona un 50% a la valoración oficial, causando un aporte adicional del 0.56% para un total del aporte al PIB del 1.69% (Gallegos y Mejía, 2011).

Entre las conclusiones y recomendaciones que se desprenden del estudio, es avanzar hacia la construcción de una ciudadanía cultural, fortalecer las instancias que vinculen al Estado con los agentes culturales a través de consejos locales y regionales de cultura como lo establece la Ley de Plan de Nación y Visión de País (2008), creación de programas que impulsen el emprendedurismo cultural y estímulo a las industrias creativas y culturales desde el ámbito local.

Para articular y brindar estímulos fiscales y otras medidas políticas y el fomento de las artes y la cultura, el estudio económico recomendó promulgar la *Ley General de Fomento a la Cultura*, la implementación de la «Cuenta satélite de cultura» (CSC) y su «Sistema de información cultural» (SIC), que permita evaluar las contribuciones de los sectores y subsectores

vinculados a la generación de bienes y servicios culturales y creativos de manera sistemática y eficiente.

La «Cuenta Satélite de Cultura» en Honduras aún no se implementa de manera formal a pesar que se registran avances en cuanto a una propuesta metodológica basada en el esquema del Convenio Andrés Bello a cargo de la actual Dirección Ejecutiva de Cultura, Artes y Deportes.¹⁰

Honduras no cuenta con un amplio marco jurídico cultural, además de los preceptos constitucionales, el patrimonio cultural es regulado por la «Ley de protección del patrimonio cultural de la Nación» (decreto 220-97), de acuerdo a esta ley forman parte del patrimonio cultural del país las siguientes categorías: los monumentos; los bienes muebles; los conjuntos; sitios arqueológicos; zonas arqueológicas; los fondos documentales; los fondos bibliográficos; las manifestaciones culturales de los pueblos indígenas vivos y las manifestaciones culturales de origen vernáculo vivas.

A pesar que se registran importantes acciones para el desarrollo cultural, Honduras no cuenta con políticas nacionales que integren patrimonio cultural y desarrollo, lo que genera una gran dispersión de acciones a lo que se agrega la escasez de recursos financieros. Entre los avances importantes destacamos la promulgación de la ley *Plan de Nación y Visión de País 2010-2022* la cual propone como primer principio orientador de desarrollo el «enfoque en el ser humano y su desarrollo equitativo e integral» (SEPLAN, 2010, p. 17).

Esta visión de país se centra en la realización del ser humano, su desempeño, bienestar personal y respeto a su dignidad,

¹⁰La actual Dirección Ejecutiva de Cultura, Artes y Deportes, sustituyó a la anterior Secretaría de Cultura, Artes y Deportes a partir del año 2013.

como el objetivo trascendente de todo acto social, por tanto, cualquier medida política o legal, programa o proyecto financiado con recursos nacionales o externos, deberá tener como foco principal de atención el ser humano y su desarrollo integral.

Al entender la cultura, no como una dimensión accesoria del desarrollo, sino como tejido mismo de la sociedad y como fuerza interna para su desarrollo, este enfoque del plan de nación obliga a la integración de las políticas culturales en las políticas de desarrollo, en particular en lo que respecta a su interacción con las políticas sociales y económicas. La diversidad cultural constituye uno de los principales motores del desarrollo sostenible de las comunidades, los pueblos y naciones, y se subraya su importancia para la plena realización de los derechos humanos y las libertades fundamentales, proclamadas en la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

Los retos y desafíos en materia cultural contenidos en la Ley de Visión de País y Plan de Nación (decreto 286-2009) se resumen en las siguientes metas:

1. La creación de las estrategias regionales de cultura, la elaboración de propuestas y proyectos; la gestión de recursos para las actividades culturales ante la cooperación internacional y el gobierno central; y la fiscalización social del buen uso de esos recursos. Esto incluye su función como instancia de deliberación, concertación e incidencia para la definición de la política nacional de cultura y su representación ante la Secretaría de Cultura, Artes y Deportes.
2. Honduras debe promover las expresiones artísticas y culturales de la ciudadanía, como medio idóneo para el for-

talecimiento de la identidad nacional. En ese sentido la mejora y ampliación de las instalaciones de los centros académicos para la formación de artistas en todas las regiones del país, deberá incluirse dentro de los programas de inversión pública y el programa de imagen país incluirá un componente para la promoción y apoyo de los artistas y la proyección de sus obras hacia el exterior, para todas las formas de expresión artística. El Estado tutelaré y patrocinaré las organizaciones culturales, asignaré recursos para su florecimiento y promoveré la difusión de las obras artísticas en todo el territorio nacional.

3. La promoción de grupos teatrales, orquestas, bandas, ensambles y conjuntos musicales, coros, grupos literarios, clubes de lectura, talleres de pintura, escultura y artes plásticas, ligas de escritores y otras agrupaciones similares; así como el respaldo a iniciativas empresariales de apoyo a las artes y construcción de instalaciones para ampliar el acceso de los ciudadanos a las producciones artísticas y en general a las manifestaciones de la cultura y la diversidad en todas sus formas, deben tener el apoyo y patrocinio del Estado y la sociedad (SEPLAN, 2010, p. 45).

Son múltiples los desafíos que se requieren en el país y sus agentes culturales para avanzar hacia la estructuración del sector y fortalecer sus capacidades de gestión. Es importante asumir estos procesos con un sentido de corresponsabilidad entre las autoridades y los actores sociales vinculados a los distintos ámbitos del quehacer cultural para facilitar la coordinación de esfuerzos y llevar a cabo de manera efectiva el logro de los objetivos de mediano y largo plazo en aquellos asuntos definidos como prioritarios para el país.

2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La experiencia en formación en gestión cultural constituye un campo curricular muy reciente, el cual se encuentra actualmente en pleno proceso de expansión, estructuración y definición. El origen de los programas actuales en Iberoamérica se remonta a la década de los sesenta y setenta del siglo pasado.

Los programas de formación disponibles en gestión cultural en Iberoamérica muestran una variedad de modalidades en su estructuración; la gama incluye desde espacios de capacitación puntuales, pasando por diplomados, hasta licenciaturas, maestrías y doctorados (Iberformat, 2007).

Países como España, Argentina y México, durante las décadas de los ochenta y noventa, experimentaron un auge importante de cursos y talleres de gestión cultural sin titulación universitaria formal; en la actualidad, las ofertas formativas se ubican en el área de postgrados, y en menor medida se ofrecen estudios de grado o licenciatura como los encontramos en algunos países como Argentina y Colombia.

El 15% de los programas corresponden a diplomados, en el caso de los países que los consideran en su oferta académica como educación formal. Este tipo de programas son clasificados, en otros países, como educación no formal, en cuyo caso constituye un 23% de la oferta informal no reglada (Iberformat, 2007, p. 15).

En Honduras y Centroamérica son escasos los programas de formación y capacitación en gestión cultural tanto en el ámbito formal como no formal, situación que ubica a la región frente a un reto impostergable para la reflexión y la acción iberoamericana sobre el tema debido a la difícil inclusión

de la diversidad de realidades que componen el espacio iberoamericano.

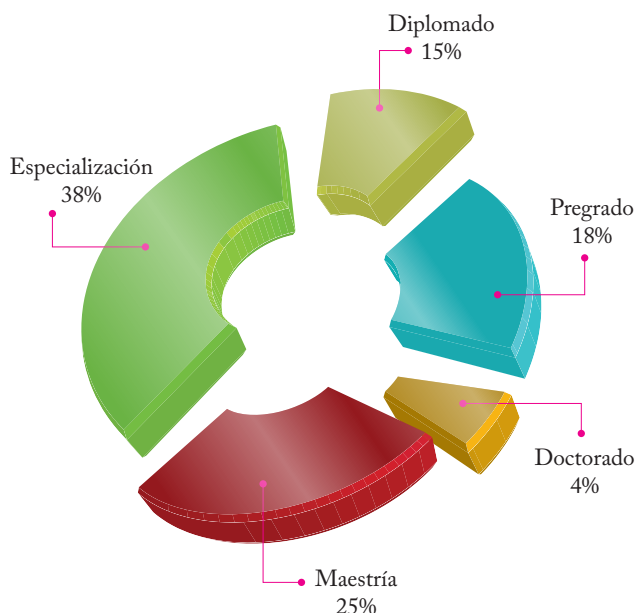


Gráfico 3: niveles de formación. Fuente: Iberformat, 2007, p. 14

El campo cultural centroamericano presenta niveles de desarrollo disímiles que es necesario equilibrar para lograr la inclusión de la diversidad de las realidades que componen este espacio. Entre los años 2007-2009 se registran en la región iniciativas para la profesionalización de las artes a través de proyectos para la creación de facultades de arte en varias universidades centroamericanas (San Carlos de Guatemala y la UNAH).

Desde la década de los noventa, se organizan cursos para la formación de gestores a través de los ministerios de cultura y

otros implementados por organizaciones culturales en asocio con instancias de cooperación internacional, principalmente la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) y los centros culturales de España en cada país.

Esta necesidad de impulsar programas de formación hace parte de la agenda de ministros y directores de cultura de la región agrupados en la Coordinadora Educativa y Cultural Centroamericana (CECC-SICA).

En el marco del «Seminario de formación de formadores en gestión cultural: desarrollar las bases del conocimiento para el sector cultural (Iberformat, Antigua Guatemala, 2006)», se presentó la iniciativa regional de considerar la formación como una estrategia fundamental en el desarrollo de las políticas y planes culturales de los diferentes países e incrementar los niveles de profesionalismo de los agentes culturales.

En abril de 2007 con el apoyo del programa ACERCA/AECID y la OEI se celebró en Antigua Guatemala, el seminario «Hacia la conformación de redes en el campo de la gestión cultural: el espacio centroamericano como escenario de formación de formadores». En este seminario, los agentes públicos, privados y asociativos, hicieron manifiesta y explícita la necesidad de consolidar los procesos de formación en gestión cultural asumiendo los cambios y complejidades que sufre el sector cultural y sentar las bases para el diseño del perfil y currículo que surja del contexto y la práctica de los mismos agentes presentes en los territorios.

Como resultado de estas experiencias formativas, Costa Rica adelanta el estudio «Necesidades de formación en gestión cultural en Costa Rica, (2008-2009)» del cual resaltamos las

siguientes recomendaciones que nos parecen válidas en el marco de la investigación que nos ocupa:

- ⇒ Medir las posibilidades y estimular la creación de programas a nivel centroamericano de formación en gestión cultural, con el apoyo de los gobiernos y de la cooperación internacional.
- ⇒ Llevar a la práctica las recomendaciones dictadas por la UNESCO en sus múltiples declaraciones, con respecto a generar esfuerzos mancomunados entre los diferentes sectores, para crear planes de formación en gestión cultural.
- ⇒ Coordinar acciones con el centro de formación de la Cooperación Española, ubicado en Antigua Guatemala, para dar seguimiento a la iniciativas generadas en el seminario de formación de formadores en gestión cultural «Desarrollar las bases del conocimiento para el sector cultural» en 2006, y en el seminario de formación «Hacia la conformación de redes en el campo de la gestión cultural: el espacio centroamericano como escenario de la formación de formadores» en 2007, dirigidas a crear un plan de formación en gestión cultural en Centroamérica y República Dominicana (Protti y Rodríguez, 2009, p. 108).

Las iniciativas de formación en la región centroamericana no han consolidado una oferta formal, incorporada a la agenda universitaria. Lo anterior sirvió de base para que en el marco de los programas conjuntos del «Fondo para el logro de los objetivos del milenio» (F-ODM) la UNESCO, San José, incorporara en su planificación dos diplomados en gestión cultural (Honduras y Nicaragua), en convenio con la UNAH y la

Universidad de las Regiones Autónomas de la Costa Caribe Nicaragüense, URACCAN.

En la propuesta de continuidad al proceso formativo en gestión cultural generado por el programa conjunto «Creatividad e identidad para el desarrollo local», se recomienda realizar un estudio de necesidades de formación en gestión cultural en Honduras que incluya sus niveles y funciones:

- ⇒ Perfiles sociales (desde la participación comunitaria a la profesionalización).
- ⇒ Perfiles técnicos (desde diferentes ámbitos: generalista especialista).
- ⇒ Niveles de formación de acuerdo con los requisitos académicos (no formal, medio, diplomado, especialista, maestría).
- ⇒ Niveles de funciones (animación comunitaria, líder, técnico, dirigente, alta gerencia, responsable político, etc. (Martinell, 2012, p. 3).

Asimismo y como uno de los resultados de la investigación identificamos rasgos específicos de la gestión de las artes y la cultura en Honduras para el diseño de perfiles profesionales, competencias a desarrollar y contenidos que integrarán futuros planes de formación que incluyan herramientas específicas y aplicaciones prácticas de gestión cultural orientadas a propiciar condiciones para el cultivo de la creatividad, el emprendedurismo, la valoración social y económica del patrimonio y el desarrollo de proyectos culturales.

El impacto de estos antecedentes, y la confluencia de otras dinámicas y realidades, han situado en la agenda de diferen-

tes agentes académicos y de la cooperación internacional la necesidad de avanzar hacia la configuración de una red o sistema de cooperación regional.

La creación en Tegucigalpa de la «Red regional de cooperación en formación en gestión cultural» (UNAH, 2012), constituyó un esfuerzo notable para sumar recursos y voluntades institucionales hacia la conformación de espacios formativos de amplio alcance y con una visión de desarrollo regional y acompañamiento de instancias que han consolidado su oferta en el campo de la gestión cultural.

La visión de la Red es hacer de Centroamérica y el Caribe un espacio de formación con características específicas de acuerdo a los nuevos desafíos y oportunidades que enfrentan las sociedades que integran la región.

Los estudios de necesidades de formación en gestión cultural serán una base para el diseño curricular de las ofertas formativas para la región centroamericana y el Caribe, considerando las particularidades identitarias y *praxis* cultural en cada uno de los países.

En esta misma perspectiva, buscamos datos que nos permitan afirmar que la formación en gestión cultural constituye un factor detonante para el desarrollo de la economía creativa en la región, lo cual requiere una primera aproximación y valoración general sobre el concepto mismo de economía creativa y sus características de producción, distribución y consumo a escala nacional y regional.

Existen suficientes evidencias en el entorno internacional que el desarrollo de estas áreas contribuye a hacer de la creatividad, del arte, la cultura y la tecnología un entramado

económico intersectorial dinámico que muestra el valor estratégico del campo cultural y conexos al abrir oportunidades de emprendimiento a los múltiples agentes que integran los sectores y subsectores de la denominada economía creativa.

La escasa oferta de formación en gestión cultural se traduce en la carencia de un elemento clave para la transformación y el desarrollo. Los programas de capacitación, sus perfiles y competencias, deben partir de un diagnóstico de las necesidades específicas que requiere la producción de bienes y servicios culturales.

La investigación aporta elementos de diagnóstico para el desarrollo de la economía creativa sustentada en la riqueza de la diversidad cultural y el patrimonio de los pueblos que habitan la geografía nacional. El fomento de la creatividad e innovación a partir de los recursos culturales puede mejorar las condiciones de vida, generar oportunidades de empleo e inclusión social.

El estudio recomienda posibles acciones de convergencia y cooperación entre organismos públicos, instancias privadas y académicas para el diseño de estrategias formativas de gestión cultural para la economía creativa y su desarrollo multisectorial.

La tendencia del sector de la economía creativa en los próximos años será el predominio de las tecnologías digitales que aumentarán su presencia en los sectores culturales y creativos; de ahí la necesidad de atender, desde la gestión cultural, el desarrollo de competencias tecnológicas y una amplia visión de la dinámica de cada uno de los sectores y sus interacciones.

3. OBJETIVOS E HIPÓTESIS

3.1 OBJETIVO PRINCIPAL

Identificar las competencias y habilidades propias de la gestión cultural requeridas por los agentes vinculados a la producción de bienes y servicios en las diferentes ramas de la economía creativa en Honduras.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a. Analizar las políticas, programas formativos, marcos regulatorios y acciones existentes que tienen una incidencia en el desarrollo de la economía creativa en el país.
- b. Identificar necesidades de información y formación que incrementen la producción y competitividad de los agentes sociales vinculados a la economía creativa como sector económico.
- c. Identificar de manera prospectiva el rol de la economía creativa en el desarrollo sostenible, sus metas, tareas e instrumentos.

3.3 HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

Si el aumento o generación de nuevas competencias y capacidades en gestión y administración cultural de los agentes culturales de Honduras incide en el desarrollo e impulso de la economía creativa.

3.4 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN:

- ¿Es aplicable el modelo de la economía creativa en Honduras?
- ¿El modelo contribuye a la inclusión social y económica?
- ¿Qué perfiles y competencias de gestión cultural se requieren para dinamizar la economía creativa en Honduras?

4. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

La revisión sobre el estado actual de la discusión académica y los hallazgos de estudios previos realizados en la región iberoamericana y Europa sobre la formación en gestión cultural, constituyen el punto de partida para situar el tema en el contexto centroamericano y hondureño en particular.

En ese sentido, revisamos los antecedentes históricos y teóricos del desarrollo de los programas de formación en gestión cultural en Iberoamérica y las acciones de cooperación cultural generadas hacia la región centroamericana, principalmente por la Agencia Española de Cooperación para el Desarrollo (AECID), la OEI y la UNESCO, con relación a las necesidades de formación y generación de capacidades en gestión cultural.

De igual manera realizamos una mirada a la evolución histórica de las relaciones entre cultura y economía, cultura y gestión cultural, los informes mundiales sobre la economía creativa y estudios especiales sobre la gestión cultural en Iberoamérica.

4.1 CULTURA Y GESTIÓN CULTURAL

El término cultura proviene del latín *cultus*, una forma del verbo *colere* que significa «cultivar»; de ahí que su uso aplicado al desarrollo de una labor específica derivó en múltiples formas de aplicación de un conocimiento acumulado. Así los términos «agricultura», «piscicultura» y «viticultura» significan, respectivamente cultivo del campo, cultivo de peces y cultivo de la vid.

En las clásicas definiciones encontramos como una constante que cultura significa, resultado o efecto de cultivar los conocimientos humanos y de afinarse y desarrollarse por medio del ejercicio de las facultades intelectuales. Esta definición abarca, de manera general, todas las formas de trabajo por medio del cual el hombre transforma y se apropia de su entorno para cultivar su crecimiento y desarrollo.

La cultura, al igual que la filosofía, expresan una sociedad concreta, sus tradiciones, costumbres, hábitos, imaginarios sociales, concepciones del mundo, producción de la vida material, de lo simbólico, de lo estético, lo religioso y lo moral en la historia (Magallón, 1994, p. 10).

Lo cultural se sitúa en una constante interrelación del hombre consigo mismo y su entorno. La cultura no solo se inserta dentro del campo de las ideas, valores o creencias, abarca lo referente a las costumbres, la tecnología, la economía y todas las conductas mostradas por el hombre en sociedad; todas ellas perfectibles, es decir, evolucionan y se adaptan a las necesidades humanas y sociales a medida que el hombre afina sus facultades intelectuales.

En la amplitud del término, Leopoldo Zea reflexiona:

El acomodo y la amplitud en las ineludibles relaciones del hombre con la naturaleza y los otros, originan la cultura. La cultura como cultivo o manipulación del orden natural, pero también como autocultivo de sí mismo para actual en relación con los otros (Zea, 1993, p. 91).

El filósofo mexicano parte de una generalidad del término y nos sitúa en el plano humano, en las relaciones que establece el ser social consigo mismo como un compromiso que nos prepara a una etapa posterior y complementaria de nuestro desarrollo cultural identitario y el encuentro con el otro. En un sentido amplio, cultura es todo lo que resulta de la acción humana y comprende una multiplicidad y diversidad de objetos, expresiones, códigos, desde el lenguaje, hasta las ciencias exactas y las formas sociales y económicas en que se organizan las sociedades.

Un segundo significado de cultura refiere a un uso más restringido que el anterior, cuando la utilizamos para aludir a la producción de bienes de carácter simbólico cuyo origen está en la creación artística. Se trata ahora no de cualquier objeto producido por el hombre y dotado de sentido, sino de un tipo más acotado de objetos no definidos por su utilidad sino por su belleza y significado: es el caso de una poesía, una pintura, una composición musical, de una película o una escultura.

El campo cultural es posible abordarlo desde una dimensión social, de sus valores de memoria, identidad, sentido de pertenencia, convivencia o forma integral de vida y como sector económico productor de bienes y servicios, que nos permite aproximarnos a sus clasificaciones sectoriales que dan cuenta de la dinámica e intersecciones con otras disciplinas y campos de estudio.

La cultura en términos de sector requiere de una aproximación desde otras disciplinas y prácticas que generan información cualitativa y cuantitativa, estadísticas e indicadores que dan cuenta de su existencia como campo de la vida social.

Lo que ahora conocemos y denominamos sector cultural, corresponde a los ámbitos de acción de la gestión cultural:

Se circunscribe al conjunto de acciones, actividades, producción, creaciones, formación, instituciones de distinto tipo (oficiales, privadas, comunitarias, ONG) cuya organización y despliegue específico está a cargo de distintos agentes. Por lo general, se promueven, entre otras, el siguiente tipo de actividades:

- ⇒ artísticas, a través de la producción y/o difusión de espectáculos de distinto tipo (teatro, danza, música, recitales, eventos, festivales, etc.); la formación (educación por y para el arte); el fomento (premios literarios, jornadas, congresos, etc.);
- ⇒ científicas (no siempre);
- ⇒ museísticas y de conservación del patrimonio (generalmente el tangible, monumentos, lugares históricos, etc.);
- ⇒ de promoción cultural (también centradas, por lo general, solo en actividades artísticas y/o artístico-pedagógicas);
- ⇒ de extensión y apoyo general a través de determinados servicios y equipamientos (bibliotecas, filmotecas, videotecas, etc.);

⇒ de capacitación cultural (Olmos, 2008, p. 121).

Los cambios inducidos en el actual contexto globalizante y de revolución tecnológica trastocan las formas tradicionales de producir, crear y consumir arte y cultura e implican nuevas relaciones con la sociedad, relaciones que aún no terminamos de precisar y que constituyen el campo de trabajo del gestor cultural.

La globalización económica, las interconexiones que promueven las nuevas tecnologías, la mundialización de los mercados, el aumento de la exclusión social, *la sociedad de la información y el conocimiento*, constituyen escenarios que impactan nuestras sociedades y cultura.

Estos factores exógenos y las nuevas formas de producción y consumo culturales propician la convergencia de actividades económicas y culturales antes dispersas y ahora generadas por un sistema con muchos centros en que son más decisivas la velocidad para recorrer el mundo y las estrategias para seducir públicos que la inercia de las tradiciones locales.

Este proceso abarca casi todas las áreas del desarrollo cultural, incluyendo las artes y las artesanías tradicionales y obliga a redefinir la función de los agentes culturales sean estatales, privados o del tercer sector.

Para explicar estos procesos y reacomodos, y aproximarnos desde la perspectiva de la gestión cultural, utilizaremos el concepto de *campo cultural* que aporta la moderna sociología. García Canclini, en su introducción a la obra de Pierre Bourdieu, *Sociología y Cultura*, señala la utilidad al concepto de campo el cual:

Se presenta para la aprehensión sincrónica como espacios estructurados de posiciones —o de puestos— cuyas propiedades dependen de su posición en dichos espacios y pueden analizarse en forma independiente de las características de sus ocupantes —en parte determinados por ella— (Bourdieu, 1986, p. 135).

El concepto de los *campos culturales* y su utilidad para la gestión cultural radica en que ofrece la posibilidad de mediar entre lo social y lo individual, entre el sistema de relaciones propio de la producción, distribución y consumo cultural que hacen posible los agentes y que a su vez contribuye a estructurar la comunidad cultural, entendida esta como el espacio de confluencia de los diversos actores sociales e institucionales involucrados en el circuito básico de la cultura.

El gestor requiere de herramientas conceptuales y metodológicas que aporta la sociología, la antropología, la economía, pero sobretodo es necesario desarrollar la capacidad intelectual y técnica para transitar de una disciplina a otra, a fin de nutrir una *praxis* que rompa las ideas preconcebidas como aquella que señala Bourdieu que la sociología puede explicar el consumo cultural, pero no su producción. La mayoría de los trabajos generales sobre la sociología de las obras culturales aceptan esta distinción, que es puramente social.

Para Bourdieu tal distinción no tiene ningún fundamento teórico y se apresta a demostrarlo argumentando que «[...] solo se puede comprender el aspecto más específico de la producción en sí, es decir, la producción de valor —(y de creencia)— si se toma en cuenta simultáneamente el espacio de los productores y el de los consumidores» (Bourdieu, 1986, p. 225).

Menciono lo anterior, como un ejemplo concreto acerca de los desafíos teóricos que deben considerar los programas de formación de gestores culturales que se aproxima a lo ya expresado por García Canclini: «[...] necesitamos ciencias sociales nómadas, capaces de circular por las escaleras que comunican esos pisos. O mejor, que rediseñen los planos y comuniquen horizontalmente los niveles» (García, 1990, p. 225).

Este conocimiento del contexto de la realidad y los procesos sociales en los cuales interactúa el gestor, nos lleva a una primera conclusión en el sentido que no existen modelos estandarizados para la gestión cultural, pero si herramientas que nos permitan aproximarnos al contexto para realizar el trabajo de mediación entre los diversos actores sociales vinculados al ciclo básico de la cultura.

El término de gestión cultural es relativamente nuevo y vincula lo cultural con procesos de planificación, gerencia y visión prospectiva; debido a los múltiples enfoques disciplinares sobre el concepto de cultura, la gestión cultural se convierte en un escenario de reflexiones y debates teóricos en cuanto a qué aspectos de lo cultural son gestionables.

Una vez superada esa discusión, observamos como la gestión cultural, por su enfoque interdisciplinario, trata de establecer diálogos entre las perspectivas sociológicas y antropológicas, pero también entre las instancias sociopolíticas a fin de lograr un mutuo enriquecimiento entre las miradas teóricas y los asuntos prácticos administrativos.

Antes del uso del término «gestor cultural», muchas de las funciones y ámbitos de trabajo que ahora identificamos como parte del campo cultural fueron asumidas por artistas,

pedagogos, maestros, trabajadores sociales, colectivos y grupos orientados al trabajo de desarrollo social o comunitario:

A pesar de que la cultura siempre ha reclamado algún tipo de organización por parte de la comunidad, la gestión cultural, como la entendemos hoy en día, es un campo de actuación muy reciente. Podríamos afirmar que a pesar de su rápido crecimiento en los últimos años aún está en fase de estructuración y definición (Martinell, 2007, p. 23).

La gestión cultural establece debates alrededor de conceptos de cultura, identidad, región, territorio, globalización, lo privado, lo público, diversidad cultural, entre otros, de acuerdo al contexto en que se ubica. Más allá de los debates teóricos, la finalidad de la gestión cultural está centrada en promover todo tipo de prácticas culturales de la vida cotidiana de una sociedad que lleven a la concertación, al reconocimiento de la diferencia, a la innovación y recreación permanente de las identidades y al descubrimiento de razones para la convivencia social democrática.

Desde el punto de vista epistemológico, resulta pertinente la distinción entre la gestión cultural como saber, disciplina académica, campo de cruce e interrelación discursiva, campo interdisciplinario, transdisciplinar o multidisciplinario, y la gestión cultural como acción profesional (Iberformat, 2006, p. 3).

Esta acción profesional puede ubicarse en diferentes ámbitos de actuación: público, privado, comunitario o asociativo y en el denominado tercer sector. La acción cultural que generan los diversos agentes requiere de unos campos de conocimientos (teorías, conceptos, metodologías, etc.) a fin de orientar las intervenciones en el campo cultural. La gestión cultural

es vista así como una tecnología de actuación adaptada a cada contexto específico.

La gestión cultural no puede definirse como una ciencia ni puede considerarse dentro de un marco epistemológico propio, sino que es fruto de un encargo social que profesionaliza a un número considerable de personas en respuesta a las necesidades de una sociedad compleja. Esto le da una perspectiva pluridisciplinaria muy importante que no podemos olvidar, pero reclama que el propio sector realice las aproximaciones necesarias para construir un marco teórico y conceptual de acuerdo con las necesidades propias de esta función (Martinell, 2007, p. 26).

La gestión cultural abarca múltiples profesiones en consideración a sus variadas disciplinas y a la ampliación del espectro que supone la inclusión de los sectores creativos, lo cual demanda la construcción de unos perfiles más amplios que las actuales clasificaciones.

En Honduras y Centroamérica, el término utilizado antes de la gestión cultural es el de promotor cultural que tiene su origen en las acciones desarrolladas desde inicios del siglo XX con las famosas misiones culturales de José Vasconcelos en México, que incluía la alfabetización y desarrollo de actividades productivas tradicionales como la artesanía y una clara orientación al desarrollo comunitario.

El Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala cuenta el programa de promotores culturales con una red de veinte y dos promotores (uno por departamento) que contribuye a ejecutar la *ley de descentralización y regionalización* en los temas culturales.

El programa toma como punto de partida las siguientes definiciones:

Concepto de promoción cultural: acción de promover o apoyar un conjunto de actividades socio-culturales que tiene como fin estimular la iniciativa, creatividad y participación de la comunidad en su conjunto. En este caso la promoción cultural, es, debe ser, finalidad prioritaria del empeño hacia el desarrollo cultural.

Concepto de promotor cultural: es la persona, encargada de facilitar, estimular, promover, organizar apoyar, gestionar y ejecutar las diferentes actividades culturales que identifican a un pueblo mediante el rescate, fomento y permanencia de sus manifestaciones y legados culturales (Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala, 2000, p. 23).

Las definiciones de gestión cultural y sus múltiples acepciones como promoción cultural, animación sociocultural, administración cultural, mediación cultural, dan cuenta de la diversidad de modos de actuar en la esfera cultural, cada uno con énfasis específicos.

La reflexión sobre los perfiles profesionales y niveles académicos de la gestión cultural pone en evidencia la gran diversidad de realidades y situaciones, así como el gran valor de formaciones de promotores y agentes culturales que, desde diferentes instancias sociales, han realizado una labor fundamental para el mantenimiento y desarrollo de formas y procesos culturales¹¹.

¹¹Un trabajo notable en ese sentido es el *Estudio de perfiles profesionales del personal cultural en América Latina y el Caribe*, (2003), que por encargo de la División de Políticas Culturales de la UNESCO realizó el Observatorio Cultural de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires. Un resumen del mismo está disponible en: http://www.gestioncultural.org/ficheros/BGC_AsocGC_HSchargorodsky.pdf

Las nuevas formas colaborativas de trabajo entre instituciones públicas y privadas, y la búsqueda de eficiencia y eficacia en las políticas y programas, hace que el término gestión sea más pertinente a estos nuevos contextos.

El concepto de gestión se incorpora a nuevos sectores de la vida social como la expresión de la necesidad de dar una respuesta cualificada a nuevos retos de la sociedad. Observamos cómo se desarrollan nuevos campos: gestión del turismo, gestión del medio ambiente, gestión de la calidad de vida, etc. El concepto de gestor es un concepto de profesionalidad que puede caracterizarse por las siguientes capacidades genéricas:

- ⇒ Capacidad de establecer una estrategia y una política de desarrollo de una organización.
- ⇒ Capacidad de definir unos objetivos y unas finalidades que desarrollar.
- ⇒ Capacidad de proyecto.
- ⇒ Capacidad de visión.
- ⇒ Capacidades de combinar los recursos disponibles: humanos, económicos, materiales, etc.
- ⇒ Capacidad de aprovechar las oportunidades de su entorno.
- ⇒ Capacidad de desarrollar un conjunto de técnicas para el buen funcionamiento de una organización.
- ⇒ Capacidad de relación con el exterior.
- ⇒ Capacidad de adaptarse a las características del contenido y del sector profesional de su encargo (Martínel, 2007, p. 30).

La formación en gestión cultural debe orientarse a desarrollar habilidades que hagan posible la articulación de trabajos interinstitucionales e interdisciplinarios, combinar técnicas de administración y gestión de fondos públicos, privados, co-

munitarios e internacionales, con el debido conocimiento del contexto histórico cultural.

Es claro que las técnicas de gestión son comunes a todas aquellas profesiones que administran o tienen potestad sobre unos recursos para utilizarse racionalmente con base en una planificación y objetivos determinados. La gestión de la cultura es, de hecho, igual que la de cualquier otro bien de la economía, pero con una serie de «especificidades que hacen de la gestión cultural una técnica de gestión con personalidad propia» (Bernárdez, s/f, p. 5).

Las especificidades aludidas en el artículo citado tienen que ver con la «escasa o nula capacidad de decisión del gestor sobre el diseño —creación— del producto —el bien cultural—; la enorme diferencia en el uso de tecnologías y el alto nivel de intervención pública en el mismo» (Bernárdez, s/f, p. 9). El reto a lograr por la profesión o profesiones de la gestión cultural es el reconocimiento social de su existencia mediante una demanda por sus servicios y acreditaciones académicas que certifiquen la competencia profesional de los candidatos.

En cuanto a los sectores, ámbitos y campos de actuación del gestor cultural, podemos aproximarnos a los mismos reconociendo que existen nuevos ámbitos producto de la consideración de los llamados sectores creativos y el surgimiento de nuevas profesiones:

Sector del patrimonio	Museos Archivos Bibliotecas Hemerotecas Filmotecas Espacios expositivos Centros de interpretación Etc.
-----------------------	---

Sector de las artes escénicas	Teatro Ópera Danza Circo
Sector de las artes visuales	Galerías Exposiciones, bienales Publicaciones Crítica Museos, centros de arte Residencia de artistas Artesanía
Sector de la música y sector fonográfico	Auditorios Festivales Circuitos Industria fonográfica Salas especializadas
Sector de la literatura y la edición	Festivales Premios Editoriales Difusión y venta
Sector de las artes del sector audiovisual	Radios Cine Televisión Producción audiovisual Multimedia
Ámbito de la gestión cultural territorial de carácter generalista	Gestión municipal Centros culturales Centros cívicos Programaciones locales Servicios generales Participación social
Ámbito de la gestión cultural en empresas de prestación de servicios generalistas	Empresas de infraestructura Gestión delegada Prestación de servicios especializados Producción de eventos
Ámbito de las relaciones y la cooperación cultural internacional	Proyectos de integración política de organismos supranacionales Cooperación internacional Internacionalización de proyectos Gestión de redes culturales y artísticas Cooperación al desarrollo Multilateralismo
Ámbito de gestión cultural en el sector de la participación, la cultura popular y tradicional	Fiestas populares Folclore Asociacionismo tradicional

Ámbitos de sectores emergentes que tienen relaciones con la cultura	Turismo Empleo Desarrollo territorial Cohesión social Multiculturalidad
---	---

Tabla 4: sectores y ámbito de actuación . Fuente: Martinell, 2007, pp. 36-37

En cuanto los perfiles profesionales, estos denotan una gran variedad y complejidad; el siguiente cuadro no pretende agotar las enormes posibilidades que los nuevos contextos sociales y tecnológicos ofrecen y así lo reconocen sus autores. A tal efecto, presentamos el resultado de la investigación sobre este tema desarrollado por Marcé y Martinell:

Altos directivos de las grandes políticas culturales	⇒Directores y altos ejecutivos de los servicios de cultura de grandes administraciones públicas. ⇒Gerentes de organismos y consorcios autónomos de cultura. ⇒Altos directivos de fundaciones y empresas culturales.
Responsables de procesos administrativos, económicos y laborales	⇒Directores administrativos y económicos de servicios culturales. ⇒Gerentes administrativos de grandes instituciones culturales. ⇒Especialista en comercialización y gestión de ingresos. ⇒Responsables de recursos humanos de grandes organizaciones culturales.
Responsables de imagen, comunicación y marketing	⇒Responsables de imagen, publicaciones y campañas de difusión. ⇒Relaciones públicas y prensa. ⇒Servicios de atención al público, programaciones a grupos especiales, etc. ⇒Venta de entradas y comercialización de productos.
Responsables de grandes instituciones culturales temáticas	⇒Directores de grandes instituciones; museos, teatros, centros artísticos, etc. ⇒Responsables de centro de producción e investigación. ⇒Directores artísticos con responsabilidad de gestión.

Programador-planificador de eventos culturales	⇒ Responsables sectoriales. ⇒ Responsables de campañas y programaciones. ⇒ Responsables de equipamientos y proyectos artísticos. ⇒ Gerentes de organizaciones de tamaño medio.
Técnicos generalistas de gestión cultural	⇒ Responsables culturales de pequeños y medianos municipios. ⇒ Responsables de equipamientos polivalentes. ⇒ Gestores de programas y servicios diversos.
Técnicos-animadores de programas y servicios culturales	⇒ Responsable técnico de acciones de un equipamiento, programa o servicio. ⇒ Responsable de proyectos de acción territorial. ⇒ Responsable de dinamización de colectivos específicos.

Tabla 5: perfiles profesionales. Fuente: Martinell, 2006, pp. 80-81

En primera instancia se aprecia la heterogeneidad de ámbitos de actuación de la gestión cultural. Las profesiones de la cultura son tan variadas debido a la amplitud de subsectores presentes en los ámbitos culturales y, de manera más reciente, en los sectores creativos. Una conclusión relevante sobre el debate si la gestión cultural es una profesión, oficio u ocupación es que en efecto es una profesión o conjunto de profesiones jóvenes en fase de definición y consolidación.

El término más pertinente relativo al oficio en el contexto centroamericano, se ubica en el sentido de incorporar ambas definiciones de acuerdo al uso que persiste de la promoción cultural vinculada a objetivos sociales. Sin embargo, a partir del desarrollo de estudios específicos sobre economía de la cultura, necesidades de formación y el aporte de programas de educación no formal en la región, hace que la gestión cultural adquiera un uso creciente en cada uno de los países.

La gestión de la cultura se enfrenta a nuevos retos y posibilidades que trae consigo la convergencia tecnológica, la sociedad de la información y el conocimiento; los nuevos hábitos

de consumo cultural, el arte digital y las nuevas profesiones que surgen de las intersecciones entre los sectores culturales y creativos, demanda el dominio de nuevas habilidades y capacidades de gestión adaptadas a los nuevos escenarios.

4.2 ECONOMÍA CREATIVA Y GESTIÓN CULTURAL: NUEVAS OPORTUNIDADES PARA EL DESARROLLO

En la actualidad hemos transitado del clásico término «industrias culturales», acuñado en su origen por la llamada escuela de Frankfurt —T. Adorno y M. Horkheimer— durante la primera mitad del siglo XX, a la economía creativa a partir del documento publicado en el Reino Unido *Mapeo de las industrias culturales* —1998 y 2001— y posteriores desarrollos y modelos de clasificación. Las definiciones sobre industria cultural coinciden en que se trata de aquellos sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por el derecho de autor.

Las industrias culturales tradicionales son el sector editorial, audiovisual y fonográfico. Desde la aparición del multimedia, en los años 90, hasta las tecnologías digitales del siglo XXI, estos sectores se han expandido en otras ramas de producción que dan lugar a las industrias culturales y creativas.

El Tratado de Libre Comercio establecido entre Canadá y Estados Unidos en 1994, define con el término industria cultural a las siguientes actividades:

- a) la publicación, distribución o venta de libros, revistas o periódicos impresos en papel o en soporte electrónico —revistas en CD-ROM, por ejemplo—.

- b) La producción, distribución, venta o exhibición de películas y videos.
- c) La producción, distribución, venta o exhibición de grabaciones musicales en audio o en video.
- d) La producción, distribución o venta de música impresa o en forma legible por máquina.
- e) La comunicación radiofónica o televisiva en abierto, *broadcast*, por suscripción o en el sistema *pay per view* —televisión por cable, transmisiones por satélite— (Coelho, 2003, pp. 287-288).

La definición de UNESCO sobre industria cultural y creativa es bastante amplia: «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» (UNESCO, 2010, p. 10).

Según esta definición, las industrias culturales tienen las siguientes características:

- ⇒ Su materia prima es una creación protegida por el derecho de autor y fijada sobre un soporte tangible o electrónico.
- ⇒ Su producción, conservación y distribución es hecha en serie y su distribución es generalmente masiva.
- ⇒ Posee procesos propios de producción, circulación y apropiación social.
- ⇒ Está articulada a las lógicas del mercado y a la comercialización o tienen el potencial para entrar en ellas.
- ⇒ Son lugares de integración y producción de imaginarios sociales, conformación de identidades y promoción de ciudadanía (CAB, 2003, págs. 27-28)

La incorporación de las nuevas tecnologías y el énfasis en los aspectos creativos, hace que el término de industrias creativas o industrias de contenido adquiera centralidad como una oportunidad no solamente para el crecimiento económico, sino para el desarrollo sustentable.

El término se registra por primera vez en Australia en los años ochenta del siglo pasado; para el año 1998, el Reino Unido desarrolla el concepto como una estrategia política para la reactivación económica que sentó las bases para la creación del Ministerio de Industrias Creativas en el año 2006 (Labrún, 2014, p. 48).

A partir de ese momento se convirtió en una referencia para Europa y Estados Unidos y en una oportunidad para transformar la matriz productiva de los países subdesarrollados por el potencial que representa la creatividad, la innovación y la cultura y el desarrollo tecnológico.

La economía creativa, conocida también como *economía cultural basada en el conocimiento*, ha sido el centro de la economía mundial en los últimos años, principalmente en países desarrollados. El concepto combina la tecnología, la creatividad, el arte y la innovación; estas actividades, que van desde las artes escénicas a la multimedia, mantienen un crecimiento sostenido incluso en tiempos de recesión económica.

El modelo de las industrias creativas tiene su origen en el maridaje de concepciones tradicionales de las artes y las industrias culturales (radio, prensa, cine, televisión, música) con los nuevos medios digitales que aumentaron el empleo en el diseño, publicidad, moda, comunicación, etc.; y estas industrias creativas, a su vez, fueron posibilitadas por la innovación en los *high tech*, las nuevas tecnologías digitales, tele-comuni-

cacionales y las biotecnológicas en ciudades y regiones como Silicon Valley, al sur de San Francisco, Seattle, Austin y Boston (Yúdice, 2008, pp. 56-57).

La adopción por parte de la UNESCO de la «Convención para la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales», (2005), constituyó un hito importante en el sentido que un instrumento jurídico internacional reconoce la doble naturaleza de los bienes y servicios culturales (material y simbólica, como lo podemos apreciar en uno de sus objetivos: reconocer la índole específica de las actividades, los bienes y servicios culturales en su calidad de portadores de identidad, valores y significado, artículo 1).

A partir de la entrada en vigor de la Convención en 2007, la UNESCO, a través de las directrices operacionales para su implementación, ofrece a los estados parte un marco general para sus políticas de desarrollo cultural en los siguientes aspectos:

1. Favorecer la introducción de políticas y medidas que apoyen la creatividad y posibilidad que artistas y creadores participen de los mercados nacionales e internacionales.
2. Reconocer la contribución de las industrias culturales al desarrollo social y económico particularmente en los países en desarrollo.
3. Integrar la cultura en las estrategias de desarrollo sostenible y en las políticas nacionales de desarrollo.
4. Promover la cooperación internacional para facilitar la movilidad de los artistas y el intercambio de bienes y servicios culturales especialmente en los países del sur (UNESCO, 2010, p. 9).

En ese sentido, China e India, han tomado la delantera en el desarrollo de las industrias creativas con resultados directos en la generación de empleo e ingresos. México, con su rico patrimonio cultural y un importante crecimiento económico, está en camino de convertirse en un jugador global en términos de cine, animación digital y diseño de videojuegos (PROMÉXICO, 2013).

La definición proporcionada por la Conferencia de Naciones Unidas sobre el Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés), es la siguiente: «La economía creativa es un concepto basado en los recursos creativos que de manera potencial generan crecimiento económico y desarrollo» (UNCTAD, 2010, p. 37).

La clasificación proporcionada por la UNCTAD expresa las múltiples dimensiones de la economía creativa: aspectos sociales, económicos, culturales y de sostenibilidad, así como su naturaleza transversal; puede apreciarse en las intersecciones que se generan entre las grandes áreas identificadas: patrimonio, artes, medios y las creaciones funcionales, dando lugar a una amplia gama de actividades que tienen en común el ingrediente de la creatividad y la innovación.

El patrimonio cultural constituye el núcleo central de la clasificación; se reconoce su importancia en términos sociales, históricos, étnicos y generador de bienes y servicios culturales. El grupo de creaciones funcionales abarcan un buen número de subsectores (diseño, nuevos medios, arquitectura, publicidad, I+D creativo, digitalización).

Esta clasificación requiere de adaptación a las diversas realidades del mundo en aquellos países que hacen de la economía creativa una oportunidad para el crecimiento econó-

mico con base en sus propias potencialidades; algunas más tradicionales como las artesanías, las expresiones populares o servicios basados en las nuevas tecnologías, la arquitectura o la publicidad.

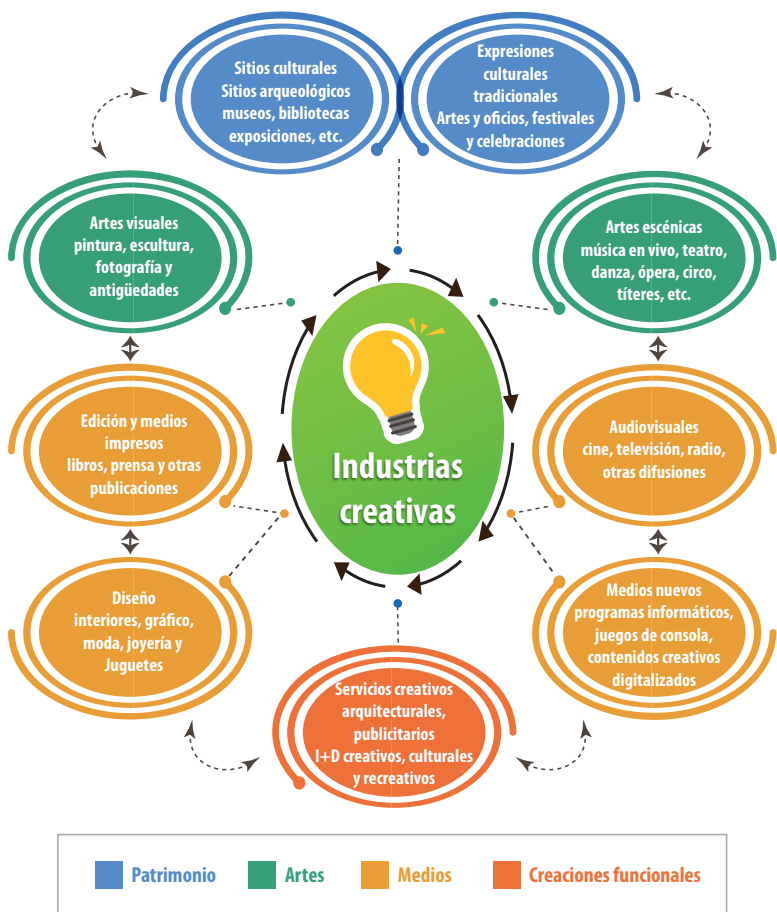


Gráfico 4: clasificación de industrias creativas de la UNCTAD. Fuente: informe UNCTAD, economía creativa, 2010, p. 35

La economía creativa genera modelos económicos que interconectan la cultura, la ciencia, la tecnología y la sociedad. El

informe de la UNCTAD ofrece una visión sobre los diferentes modelos para clasificar sus sectores que se muestran en el siguiente gráfico:

Modelo DCMS de Gran Bretaña	Modelo de textos simbólicos	Modelo de círculos concéntricos	Modelo de copyright de la OMPI
Publicidad	Núcleo de industria culturales	Núcleo de artes creativas	Núcleo industrias
Arquitectura	Publicidad	Literatura	Publicidad
Mercado de arte y antigüedades	Cine	Música	Entidades de gestión de los derechos de propiedad intelectual
Artesanías	Internet	Artes escénicas	Cine y video
Diseño	Música	Artes visuales	Música
Moda	Editorial	Otras industrias culturales básicas	Artes escénicas
Cine y video	Televisión y radio	Cines, Museos y bibliotecas	Edición
Música	Video y juegos de computador	Industrias culturales ampliadas	Software
Artes escénicas	Periferia de las industrias creativas	Servicios de patrimonio	Televisión y radio
Edición	Artes creativas	Editorial	Artes visuales y gráficas
Software	Frontera de las industrias culturales	Software	Industrias interdependientes de copyright
Televisión y radio	Electrónica de consumo	TV y radio	Material virgen de grabación
Juegos de video y computador	Moda	Video y juegos de computador	Bienes de consumo electrónico

Grabación en blanco	Software	Industrias relacionadas	Instrumentos musicales
Equipo fotográfico	Deportes	Publicidad	Papel
		Arquitectura	Fotocopiadoras, equipo fotográfico
		Diseño	Industrias de copyright parcial
		Moda	Arquitectura
			Ropa
			Calzado
			Diseño
			Moda
			Bienes del hogar
			Juguetes

Tabla 6: sistema de clasificación para las industrias creativas derivadas de diferentes modelos. Fuente: informe UNCTAD, economía creativa, 2010, p. 33

El informe sobre economía creativa, edición especial, publicada por la UNESCO y el PNUD (2013), incluye dos sistemas adicionales de clasificación: el modelo del Instituto de Estadísticas de la UNESCO y el modelo de *Americanos por las artes* que se aprecian en el siguiente cuadro:

Modelo del Instituto de Estadísticas de la UNESCO	Modelos de «Americanos por las artes»
Industrias en ámbitos culturales fundamentales	Publicidad
Museos, galerías y bibliotecas	Arquitectura
Artes escénicas	Escuelas de arte y servicios
Festivales	Diseño
Artes visuales, artesanía	Cine
Diseño	Museos, zoológicos
Industria editorial	Música
Televisión, radio	Artes escénicas

Cine y video	Industria editorial
Fotografía	Televisión y radio
Medios de comunicación	Artes visuales
Industrias en ámbitos culturales ampliados	
Instrumentos musicales	
Equipos de sonido	
Arquitectura	
Publicidad	
Equipos de impresión	
Software	
Hardware audiovisual	

Tabla 7: sistemas de clasificación adicionales. Fuente: UNESCO/PNUD, 2013, p. 22

Esta valoración de los sectores tradicionales del arte y la cultura ligados a otros que contienen elementos creativos que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios, basados en contenidos intangibles de carácter cultural y generalmente protegidos por el derecho de autor, representan una oportunidad para el desarrollo de los países y regiones.

El informe mundial de economía creativa (2010) así lo afirma, al reconocer que la *economía creativa* se ha convertido en un tema de actualidad en la agenda económica y de desarrollo internacional: «La creatividad se asocia a la cultura y al progreso de las personas, además de constituir el elemento principal para la creación de empleo e innovación. En este mismo orden, la creatividad contribuye a la inclusión social, diversidad cultural y sostenibilidad medioambiental» (UNCTAD, 2010).

Como respuesta a los nuevos contextos, vemos surgir numerosas organizaciones civiles, grupos artísticos, asociaciones, redes y fundaciones culturales. El desarrollo de estos sectores

emergentes, en su mayoría vinculados a la economía creativa, debe realizarse considerando la protección y promoción de las expresiones culturales locales representativas del patrimonio de cada nación y territorio.

El nuevo escenario mundial de la globalización, el impacto de las nuevas tecnologías y el incremento en las comunicaciones, provoca transformaciones culturales a escala nacional y transnacional. Por una parte, un porcentaje reducido de la actividad artística local se dimensiona en el escenario mundial, pero otra es desplazada por la gran industria del entretenimiento.

El mercado y los medios de comunicación masiva se han tornado en principales dinamizadores del consumo y los hábitos culturales en todo el mundo. Sus propuestas obedecen a una industria cultural globalizada cuyos centros de negocio, inversión y definición de contenidos, se concentran en unos pocos países y consorcios. La mirada que se vierte sobre el mundo se torna sesgada por la falta de participación de bienes y servicios culturales que expresan la diversidad cultural del planeta.

Esta realidad afecta a los pueblos al menos en dos sentidos: por un lado, se ven limitados a enlazar o postular su capacidad creativa a los últimos eslabones de valor agregado de los procesos de producción y distribución con un beneficio muy reducido para su sobrevivencia y su patrimonio cultural.

Por otro lado, nuevas rutas, circuitos o capacidades, deben ser desarrolladas en los medios locales para permear esta fuerte tendencia y generar espacios de oportunidad y afirmación identitaria, considerando que la economía creativa se sustenta en tres elementos fundamentales: lo singular, lo simbólico e intangible (Fonseca, 2008, p. 9).

En las políticas urbanas de países desarrollados y muchos de América Latina, se observa la tendencia creciente de incluir elementos culturales clave que faciliten el surgimiento de novedosas concepciones como «ciudades creativas», «ciudad sostenible», que dan cuenta de los entrecruzamientos de las políticas culturales con otros sectores como el urbanismo o el desarrollo tecnológico en la era digital, dando lugar a una nueva economía sustentada en la creatividad, la innovación y el conocimiento.

A partir de la adopción de la «Agenda europea para la cultura en un mundo en vías de globalización», (2007), la cultura ganó terreno en las políticas de integración y trajo consigo el reto de medir su valor e impacto de forma sistemática y comparable. De manera reciente la Comisión Europea adelanta su informe sobre ciudades creativas: el «Monitor de ciudades culturales y creativas», (2017)¹², que ofrece información cuantitativa a partir de 29 indicadores distribuidos en nueve dimensiones que dan cuenta de la vitalidad social, económica y cultural de las 180 ciudades en 72 países que a la fecha ostentan tal denominación.

El monitor facilita la medición y comparación entre las ciudades esperando que el mismo pueda actualizarse cada dos años para brindar un soporte a los responsables de políticas culturales y desarrollo local, y asimismo identificar los puntos fuertes y oportunidades de mejora en cuanto las relaciones entre cultura, economía y sociedad.

El primer dominio nombrado *Cultural Vibrancy* —vitalidad cultural— centra su atención en medir el avance en cuanto a infraestructura y participación ciudadana en la vida cul-

¹²Ver: <https://compositeindicators.jrc.ec.europa.eu/cultural-creative-citiesmonitor/media/c3monitor2017.pdf>

tural de la ciudad. El segundo dominio, *Creative Economy* —economía creativa— muestra la manera en que los sectores culturales y creativos aportan al empleo y a la capacidad innovadora de la ciudad. La tercera dimensión, *Enabling Environment* —estimulando el entorno— identifica los activos tangibles e intangibles que ayudan a las ciudades a atraer talento creativo y estimular el trabajo cultural.

Los denominados sectores culturales y creativos despliegan su potencial a nivel de la ciudad por al menos tres razones principales: la concentración de personas favorece la dinámica económica cuando se centran en la innovación y el cambio; en segundo lugar, la autonomía local permite a sus ciudades asumir sus propias potencialidades y desafíos; y en tercer lugar, los diferentes clústeres creativos contribuyen a la imagen de la ciudad y generan externalidades positivas en las áreas donde se ubican en términos de imagen o de atracción turística (European Commission, 2017, p. 32).

Los anteriores beneficios se convierten en oportunidades en ciudades y países de bajos ingresos; sin embargo, para impulsar el potencial de crecimiento económico de los sectores culturales y creativos, se requieren de políticas nacionales y programas específicos que podrían ser parte de la cooperación internacional para el desarrollo.

El informe «Incentivo a las industrias culturales y creativas en América Latina y el Caribe» (SELA, 2011), revela que en la región el sector cultural comienza a percibirse como un sector productivo capaz de producir al mismo tiempo crecimiento, desarrollo económico, inclusión social y nuevas oportunidades de generación de divisas.

Los subsectores de mayor potencial identificados por el informe son: a) artesanías y patrimonio intangible; b) música y festivales; c) gestión y administración cultural. Lo anterior es motivado por el incremento del turismo en la región y por la naturaleza de sus propios procesos de producción y pequeñas economías que explica, en gran medida, el bajo desarrollo de los sectores más representativos de las industrias culturales y creativas: audiovisual, editorial y discográfico (SELA, 2011, p. 29).

A partir de la identificación que hace el informe del SELA para América Latina, podemos señalar ciertas necesidades específicas de formación y capacitación en gestión y administración cultural que requieren los agentes involucrados en la cadena de valor para incrementar sus capacidades y oportunidades en la economía creativa.

El desarrollo de la economía creativa precisa de recursos humanos capacitados que den respuesta a las exigencias que demanda la producción de bienes y servicios culturales. Este factor es tan importante como un marco jurídico adecuado, políticas y programas de fomento. El desarrollo de estos sectores demanda un alto grado de especialización y tecnificación para los agentes y sectores involucrados, al permitirles reenfocar rubros o empresas tradicionales a otras de alto valor e innovación.

Las potenciales áreas de interés para la formación en gestión cultural, orientadas a la economía creativa, se sugieren en otros estudios como el de «Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas», (UNESCO, 2010), en temas como gestión de negocios, funcionamiento de los mercados y derechos de propiedad intelectual.

El investigador Carlos Guzmán Cárdenas, de la Universidad Central de Venezuela, afirma que el profesional de la economía creativa debe dominar los saberes de administración de empresas, economía y al mismo tiempo poseer una sólida formación en producción cultural; requiere especializarse en el análisis y desarrollo de las actividades económicas que se diferencian con la creatividad y la generación de propiedad intelectual. En este contexto define la gestión cultural como:

La actividad profesional que proyecta, diseña y ejecuta productos y acontecimientos culturales entre la creación y sus públicos, junto al creador, ya sea conduciéndole ejecutivamente como impulsándolo, el gestor cultural genera las oportunidades que dan valor económico y social a la actividad creadora. El gestor cultural, es el profesional encargado de diseñar, producir, intercambiar o comercializar bienes y servicios culturales. Su campo de acción combina en forma permanente saberes técnicos con aplicación de creatividad e innovación (Guzmán, 2012, p. 5).

La gestión cultural se ubica al centro de los procesos que hacen posible que los productos creativos sean el resultado de múltiples encadenamientos entre sectores culturales, artísticos y otros que tienen como base la creatividad y la generación de derechos de autor. Esta articulación entre innovación, creatividad y economía, hace del conocimiento una dimensión transversal con un alto potencial para la generación de empleo, la inclusión social y el desarrollo humano al ubicar el capital intelectual como insumo principal.

El papel de la gestión cultural, se ubica al centro de los procesos y buscará establecer puentes entre las ideas transformadas en bienes y servicios y sus potenciales públicos, generando

diversas estrategias que hagan posible no solamente el consumo pasivo, sino la participación ciudadana.

Estos múltiples vínculos requieren a su vez de capacidades específicas que es preciso identificar a fin que sean consideradas en los programas formativos de gestión cultural:

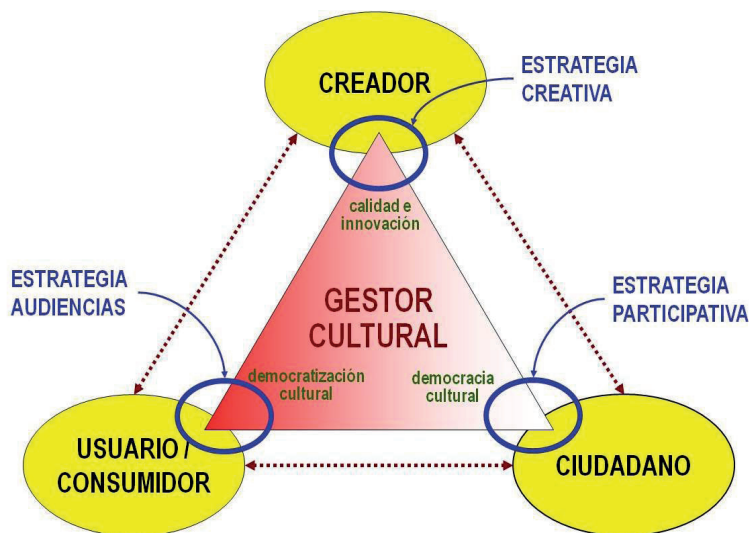


Gráfico 5: gestión cultural y economía creativa. Fuente: Guzmán, 2012.

El potencial de la economía creativa como motor del crecimiento económico y el desarrollo humano reclama habilidades y competencias específicas a desarrollar desde la gestión cultural. En consideración a la amplitud y diversidad de ámbitos en la gestión cultural, el perfil de formación que surja de las investigaciones realizadas, debe ser coherente con los sectores profesionales vinculados a la economía creativa.

Una de las tendencias observadas en las ofertas de formación en Iberoamérica es la tendencia a diseñar perfiles de formación en gestión cultural indefinidos y generalistas, sin re-

flexión sobre las necesidades profesionales del sector. En este sentido, las recomendaciones se orientan a reforzar los estudios de las necesidades formativas a partir de dos variables:

- a. Condiciones del contexto, elementos y necesidades específicas.
- b. Correspondencias con características generales del sector para comparación y equivalencias (Martinell, 2006).

Un ejemplo de sector de la economía creativa con necesidades específicas, es el de medios de comunicación. El estudio denominado «Diseñado en México: mapa de ruta de la industria creativa» cita un reciente análisis de PricewaterhouseCoopers —*Global Entertainment Outlook: 2010-2014*— el cual identifica siete capacidades fundamentales para operar con éxito la cadena de valor digital del sector de medios de comunicación y entretenimiento emergente:

1. Flexibilidad estratégica.
2. Consecución de la participación y la relación con el cliente a través de su experiencia de consumo.
3. Economías de escala y de alcance que impulsen las sinergias agresivas entre diversas actividades dentro de los grandes grupos y utilizando estándares digitales para explotar la escala conseguida.
4. Velocidad en la toma de decisiones y en su ejecución, asumiendo riesgos y gestionando sus impactos.
5. Agilidad en la gestión del talento.
6. Capacidad para monetizar marcas y derechos a través de diversas plataformas.
7. Sólida capacidad para estructurar alianzas estratégicas y para identificar e integrar objetivos de fusiones y adquisiciones (PROMÉXICO, 2011, p. 27).

La tendencia del sector de la economía creativa será el predominio de las tecnologías digitales que aumentarán su presencia en los sectores culturales y creativos; de ahí la necesidad de atender, desde la gestión cultural, el desarrollo de competencias tecnológicas y una amplia visión de la dinámica de cada uno de los sectores y sus interacciones.

El modelo que cada país adopte de la economía creativa requiere de una lectura y adaptación a realidades culturales y formas de producción específicos; los perfiles formativos deben aportar, así, un marco conceptual apropiado y apuntar hacia el desarrollo de conocimientos y habilidades técnicas multidisciplinarias, que dibujen puentes y diálogos intersectoriales.

Los investigadores Sylvie Durán y George Yúdice, realizaron un ejercicio para identificar los sectores y subsectores de la economía creativa con referencia a la realidad centroamericana y su diversidad de agentes sociales que hacen posible la vida cultural.

La economía creativa constituye un entramado de sectores culturales con su contexto social —educación, tecnología, turismo, salud, seguridad— que demanda una gestión cultural expandida, de alcance intersectorial que contribuya a la construcción de ciudades culturalmente creativas que aporten soluciones locales a problemas globales vinculados a la promoción de la diversidad cultural e inclusión, expansión de oportunidades de empleo, promoción de oportunidades económicas, reducción de la pobreza, entre otros asuntos (Yúdice, 2008, p. 56).

Lo anterior convierte a la economía creativa en un campo más complejo que el sector cultural tradicional relativo a los

sectores artísticos y del patrimonio; de tal manera que la publicidad, la arquitectura, el turismo cultural, los medios digitales, e incluso el deporte, se han visto trastocados gracias a las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, TIC.

El siguiente gráfico muestra ser un sector más amplio en el cual las artes, las industrias culturales y creativas, el patrimonio cultural material e inmaterial, participan de una superposición de subsectores comerciales y no comerciales; vida cotidiana, expresiones urbanas asociadas al espacio público, al turismo cultural y la vida comunitaria:



Gráfico 6: sectores y subsectores de la economía creativa. Fuente: Incorporate, Costa Rica, 2008.

Una primera constatación del cuadro anterior es que el desarrollo de la economía creativa contribuye a hacer de la creatividad, del arte, la cultura y la tecnología un ecosistema

dinámico que muestra el valor estratégico del campo cultural en conexión con otras áreas que abren oportunidades de emprendimiento en sus múltiples sectores y subsectores.

4.3 LA FORMACIÓN EN GESTIÓN CULTURAL EN CENTROAMÉRICA Y HONDURAS

Para identificar las necesidades y prioridades de formación del capital humano dedicado a la gestión cultural en Honduras, es necesario revisar los procesos y proyectos formativos realizados en el ámbito regional centroamericano.

El campo cultural centroamericano, en sus distintos niveles: institucionalidad pública, sector privado y asociativo, presenta condiciones estructurales con elementos comunes y notables diferencias en lo referente al desarrollo institucional y vida cultural en cada uno de los países. En una primera lectura podemos apreciar que en términos de región, Centroamérica se muestra fragmentada en cuanto a las visiones políticas de la cultura a pesar que existe una visión integradora plasmada en documentos oficiales en el marco del Sistema de Integración Centroamericana, SICA.¹³

A inicios del siglo XXI, los conceptos de cultura y desarrollo comienzan a permear ciertas estructuras estatales que responden a demandas y dinámicas que esta concepción integral de la cultura implica. En Costa Rica se implementó un proyecto de actualización de sus políticas culturales (2001-

¹³En la estructura del SICA encontramos una Secretaría Técnica del Sistema, la Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana (CECC-SICA) escenario de convergencia del consejo de ministros y directores generales de cultura quienes impulsaron la *Política Cultural de Integración Centroamericana 2012-2015* aprobada por la Cumbre de Presidentes y Jefes de Estado del SICA el 16 de diciembre de 2011 y a la fecha (2017) en proceso de revisión.

2003); en Guatemala se crea la Unidad de Desarrollo Cultural en el Ministerio de Cultura y Deportes (2005).

Honduras recibe la asistencia de UNESCO entre 2002 y 2004 para la formulación de políticas culturales para el desarrollo; Panamá realiza una revisión y actualización de sus políticas culturales con la asistencia técnica de la oficina de este organismo en San José, Costa Rica; por su parte, El Salvador inicia un diálogo con los diferentes sectores de la sociedad para unificar criterios de desarrollo cultural y construir su institucionalidad pública y actualizar su marco jurídico¹⁴.

En ese mismo sentido, y en seguimiento a los *Acuerdos de Estocolmo*, (UNESCO, 1989), Guatemala adelanta el «Plan nacional de desarrollo cultural con visión de largo plazo» del Ministerio de Cultura y Deportes, que trasciende la mirada sectorial de la cultura y se establece como una dimensión presente en las diferentes esferas sociales con múltiples interconexiones con un claro enfoque de cultura y desarrollo.

A partir del reconocimiento de las relaciones entre la cultura y el desarrollo, y una articulación institucional inclusiva de la sociedad civil, las políticas culturales comienzan a ser objeto de debate y discusión en la mayoría de los países centroamericanos que reconocen la participación de organizaciones, intelectuales y artísticas como una condición de sostenibilidad de los planes culturales impulsados desde el Estado que demandan formas innovadoras de gestión y colaboración mutua.

¹⁴Una buena parte de los documentos generados por la UNESCO en su proceso de asistencia en políticas culturales para Honduras, Panamá y El Salvador, pueden encontrarse en la plataforma *Apuntes sobre cultura y desarrollo en Centroamérica*: http://culturacentroamericana.info/cultura-y-desarrollo/page_1.html

En una breve caracterización del campo cultural centroamericano, encontramos las siguientes condiciones estructurales:

- ⇒ Somos sociedades nacionales jóvenes con sus bases y manifestaciones culturales ancestrales en condiciones de marginamiento y pobreza.
- ⇒ Ausencia de una tradición de políticas culturales públicas y de capacidad para promover a nivel práctico y material el quehacer cultural como trabajo productivo o como capital/insumo para el desarrollo humano.
- ⇒ Nuestros medios culturales profesionales son jóvenes y hay poca capacidad técnica para la gestión cultural y su planificación estratégica.
- ⇒ Condiciones y recursos tanto de producción como de gestión de las producciones culturales locales muy precarias frente a los estándares cada vez más sofisticados de producción y mercadeo masivo que inunda nuestras casas, televisores y gustos.
- ⇒ Sectores productores activistas que, condicionados por lo anterior, estructuran modos de trabajo voluntaristas y artesanales y están poco informados o en condiciones muy precarias para enfrentar la complejidad y los niveles de profesionalismo que las industrias culturales han alcanzado en medios desarrollados.
- ⇒ Mercados sumamente pequeños y pocos canales de relación entre productores y consumidores locales, lo que dificulta la recuperación comercial a partir del consumo de productos culturales.
- ⇒ Condiciones y recursos de producción local muy precarios frente a los estándares sofisticados de la producción masiva que inunda casas, televisores y gustos (Durán, 2000, pp. 36-37).

En el mes de noviembre de 2001 se reunió en San José, Costa Rica, un grupo de agentes culturales centroamericanos, convocados por el Instituto Humanista para la Cooperación con los Países en Desarrollo (HIVOS), agencia no gubernamental holandesa, para discutir sobre el «estado del arte» del desarrollo cultural en la región.

En el encuentro se pudo constatar que los países centroamericanos comparten similitudes en cuanto a su historia, política y cultura; sin embargo, existe un precario conocimiento mutuo entre los agentes culturales para la circulación de información, ideas o proyectos. Los resultados del diagnóstico de 2001, nos parecen todavía útiles para proyectar posibles acciones de formación en gestión cultural y estrategias de cooperación internacional.

Como podemos observar en la siguiente tabla, se consignan más factores limitantes que factores que contribuyen al desarrollo del sector cultural y pareciera que la percepción sobre la situación de las artes y la cultura en Centroamérica no es muy alentadora.

En diferentes momentos en la historia de la región, artistas y organizaciones han exigido la definición de políticas culturales por parte de los estados nacionales y también se han convertido en portavoces de movimientos sociales que en épocas recientes han dado frutos en cuanto a leyes, planes de cultura e institucionalidad pública, fortalecida en algunos países y debilitada en otros.

Factores que contribuyen:	Factores que limitan:
⇒ Existe un sistema regional de información informal, pero debe fortalecerse. ⇒ Hay espacios e infraestructura en cada uno de los países centroamericanos. ⇒ Existe un proceso de negociación/lobby con instancias gubernamentales, sector público o privado, emprendido por el sector independiente. Se están estableciendo procesos de incidencia política dirigidos al desarrollo cultural. ⇒ El sector cultural centroamericano puede optar por fondos de apoyo de la cooperación internacional y de otras instancias de financiamiento. ⇒ La producción artística está generando reflexiones acerca del sector y de la sociedad. ⇒ Se están produciendo bienes artísticos de calidad que favorecen la demanda. Existe un mercado relativamente pequeño que está creciendo y perfilándose. ⇒ Existe una atmósfera de sensibilización en la sociedad centroamericana que favorece la producción artística y cultural. ⇒ La cultura y/o la producción artística se está transformando en un eje transversal para el desarrollo.	⇒ Hay una reducida participación del sector cultura en los espacios donde se toman decisiones sobre políticas de desarrollo. La toma de decisiones está concentrada en personas que no son adecuadas, no están capacitadas o están politizadas. ⇒ Faltan ideas concertadas, planeamientos que lleven a la agrupación del sector cultura. No existe una relación asociativa coherente, externa e interna, que favorezca la producción artística (a excepción de Honduras). ⇒ Relacionado con lo anterior, el sector cultural no valora ampliamente la importancia del trabajo realizado. ⇒ Existe una carencia de recursos económicos permanentes. La producción artística generalmente no es auto sostenible y por lo tanto requiere subvenciones. ⇒ La inversión de recursos económicos que realiza el Estado generalmente están dirigida a sectores específicos y es limitada. ⇒ No existen medios de promoción y difusión de la producción artística y cultural no comercial. ⇒ Tampoco existen instancias u organizaciones de distribución de productos artísticos. ⇒ Se desconocen elementos que son propios del mercado (administrativo/gerencial). ⇒ En Centroamérica, donde se tienen realidades más o menos diferentes en el ámbito cultural, no hay comunicación intra regional. ⇒ Las múltiples ocupaciones que realiza un artista en la producción y promoción artística limitan su impacto.

Factores que contribuyen:	Factores que limitan:
	⇒ Se hace un producto artístico en función de un público urbano y no hay preocupación por lo rural. ⇒ No existe una cultura crítica.

Tabla 8: factores que contribuyen o limitan el desarrollo del sector cultural en Centroamérica. Fuente: Memoria Taller HIVOS, San José, noviembre de 2001.

En la actualidad, las organizaciones culturales y artísticas adquieren protagonismo en el desarrollo de la vida cultural, en ocasiones con el apoyo de la empresa privada o de la cooperación internacional. La producción de cine/audiovisual, desarrollo de software y otros sectores que combinan creatividad e innovación, muestran un crecimiento importante que demanda respuestas políticas y oportunidades de capacitación.

El Programa Conjunto, la UNESCO y la UNAH, tuvieron a su cargo la implementación del «Primer diplomado universitario en gestión cultural» entre los meses de mayo del 2010 a septiembre de 2011, con 40 participantes provenientes de 18 ciudades del país, de los cuales 26 fueron seleccionadas por el Programa Conjunto y 14 por medio de concurso abierto convocado por la UNAH.

El objetivo general del plan de estudios del «Primer diplomado universitario en gestión cultural» fue fortalecer la gestión cultural en Honduras a través de la capacitación de personas que trabajan en el campo cultural, mediante la construcción conjunta de saberes, sean conceptuales, procedimentales y actitudinales, que les permitan abordar los proyectos culturales en forma creativa y sistemática para contribuir a fortalecer la identidad nacional y el desarrollo sociocultural del país (UNAH, 2011, p. 11).

En la estrategia de salida del Programa Conjunto, la UNAH, asume acciones de sostenibilidad en los siguientes componentes: inclusión sociocultural; sistema de información cultural, SIC; empresas creativas culturales; política cultural; oferta académica en cultura y desarrollo; investigación sobre recursos culturales y artísticos.

El posterior «Diplomado superior en gestión cultural y voluntariado para el desarrollo», impartido en el año 2013, se concibe en continuidad al componente formativo trasladado a la UNAH. La actual oferta formativa de la UNAH en gestión cultural se concentra en este diplomado superior que cuenta con cuatro versiones con igual número de enfoques (voluntariado, desarrollo local, turismo cultural y convivencia ciudadana); los contenidos generales ofrecen una serie de conocimientos orientados a potenciar las relaciones entre cultura y desarrollo.

En cuanto a la metodología de la formación, resaltamos las siguientes características generales:

- ⇒ El carácter participativo, no directivo de la pedagogía utilizada, que se traduce en un método de enseñanza-aprendizaje creativo, dialogal y cooperativo.
- ⇒ Enfoque de organización de contenidos a partir del análisis de los problemas sociales-culturales relevantes con el apoyo de elementos teóricos provenientes de las humanidades y ciencias sociales.
- ⇒ Capacitación teórica y ejercicios de aplicación práctica.
- ⇒ Exigencia de un compromiso personal que se exprese en un aprendizaje auto responsable.
- ⇒ Se procura que aquellos que se formen como gestores y voluntarios culturales sean capaces de evaluar

su propio proceso de adquisición de conocimientos y habilidades (Mejía, 2016, p. 121).

La propuesta metodológica para organizar los contenidos de los diplomados, es presentar la gestión cultural como un proceso de intervención que busca ampliar la participación ciudadana en la vida cultural; es la herramienta que le permitirá al gestor promover la participación activa de los ciudadanos en el desarrollo comunitario y en la mejora de la calidad de vida a partir de la puesta en valor de sus recursos culturales.

La construcción de la oferta formativa en gestión cultural para Honduras en el nivel superior, debe sustentarse en las necesidades de formación identificadas en este campo y en los procesos culturales contemporáneos. La aparición de un marco legal cultural, o la institucionalización de la cultura, pone de manifiesto la necesidad de desarrollar acciones sistemáticas e integrales y exige de la academia la formación de profesionales con competencias y habilidades para liderar los procesos de investigación, gestión, asesoría, administración y ejecución de programas y proyectos de acción cultural en el ámbito público, privado o asociativo.

Frente a estos requerimientos, la UNAH explora la posibilidad de ampliar su oferta académica en áreas aún no cubiertas por la educación superior en Honduras: artes visuales, artes escénicas, diseño y gestión cultural. Hasta hace unos años, en el país no se usaba el término «gestor cultural»; muchas de las funciones y ámbitos de trabajo que ahora identificamos como parte del campo cultural fueron asumidas por artistas, pedagogos, maestros, trabajadores sociales, colectivos y grupos orientados al trabajo de desarrollo social o comunitario. Las ofertas de formación deben atender estos perfiles que en gran medida hacen posible la vida cultural en Honduras.

Existen diferentes niveles de gestión cultural; desde la gestión comunitaria, asumida como gestión de la vida cultural como un derecho humano fundamental, y la gestión cultural institucional de organizaciones especializadas y de producción de servicios culturales. Por lo anterior, consideramos imprescindible una estrategia sistemática de formación y capacitación para la acción cultural, a través del desarrollo de capacidades y competencias en gestión cultural para el desarrollo que haga de los recursos culturales, presentes en cada una de las regiones del país, activos productivos que mejoren las condiciones de vida de las personas y las comunidades.

5. METODOLOGÍA: TÉCNICAS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN

Durante el mes de noviembre de 2017, realizamos el «Taller diagnóstico de necesidades de formación en gestión cultural y economía creativa en Honduras» con el objetivo de identificar capacidades y competencias de gestión cultural que se requieren para el desarrollo de la economía creativa en Honduras.

A partir de un primer ejercicio de caracterización del sector cultural y creativo en el país, sus subsectores, ámbitos y campos de actuación de la gestión cultural, realizamos un análisis preliminar sobre los procesos de creación/producción y el mercado de trabajo. Durante este taller realizamos la entrevista al grupo focal y revisamos la encuesta enviada previamente.

La muestra para la encuesta fue de cuarenta personas y su cuestionario compuesto por dos segmentos principales: el primero recoge datos generales de los participantes entre-

vistados, su ubicación sectorial en el campo cultural, años de ejercicio profesional, entre otros datos demográficos (ver anexo, encuesta).

El segundo segmento está orientado a captar las competencias y habilidades que se requieren para el ejercicio profesional; las causas que limitan la formación en gestión cultural en el país y los posibles contenidos y niveles académicos de un programa de formación en gestión cultural orientado a la economía creativa.

Esta información se complementa con los datos obtenidos en la entrevista y aplicada en la reunión de grupo focal a diez informantes clave del sector de la economía creativa, profesionales en activo con presencia en la cadena de valor para identificar las siguientes variables: funciones que desempeñan; habilidades requeridas; actitudes y competencias adquiridas o a desarrollar (ver anexo, entrevista).

5.1 ANÁLISIS DE DATOS:

Para poder visualizar el campo cultural en Honduras en sus diferentes sectores y subsectores, tomamos como referencia la *Guía metodológica para la implementación de las cuentas satélites de cultura en Iberoamérica*¹⁵ a cargo del Convenio Andrés Bello (2015) y que ha sido adoptada oficialmente en la región centroamericana para orientar las cuentas satélites de cultura. A partir de esta segmentación del sector cultural y creativo, realizamos un ejercicio de análisis de los agentes culturales y las características de sus relaciones sociales, económicas, tecnológicas, políticas, a fin de identificar oportunidades y

¹⁵http://convenioandresbello.org/cuenta_satelite/documentos/guia_metodologica-digital.pdf

limitaciones para el desarrollo de la economía creativa y el papel de la gestión cultural.

Sectores	Factores que limitan:
Creación/derechos de autor	Literario Musical Teatral
Diseño	Arquitectónico Industrial o de productos Gráfico Textil Moda Joyas Publicitario Web
Juegos y juguetería	Juegos y juguetería
Artes escénicas y espectáculos artísticos	Teatro Danza Otras formas de artes escénicas (circo, pantomima, narración, declamación, etc.
Artes visuales	Artes plásticas (incluye representaciones de origen mixto) Fotografía Artes gráficas e ilustración
Música	Presentaciones musicales en vivo Edición de música Producción fonográfica
Audiovisual y radio	Cine y video (incluye animación) Radio Televisión Juegos on-line Videojuegos
Libros y publicaciones	Libros Publicaciones periódicas Bibliotecas
Educación cultural	Educación cultural no formal (orientado a la lúdica) Educación cultural formal (incluye la educación superior, formación en bellas artes, diseño y otros)

Patrimonio material	Entidades musicales Archivos históricos culturales Otro patrimonio inmueble (centros históricos, monumentos históricos, patrimonio arqueológico)
Patrimonio inmaterial	Fiestas tradicionales y patrias Cocinas tradicionales Artesanías Lenguas

Tabla 9: el campo cultural en Honduras: sectores y subsectores. Fuente: CAB, 2015

De los anteriores sectores/subsectores priorizamos el análisis en los representados en el taller de diagnóstico y que aportaron sus reflexiones y cumplieron los instrumentos diseñados para la recolección de datos. Los sectores/subsectores representados en la encuesta de mayor a menor número son:

- ⇒ Artes escénicas (música, danza, teatro y otras artes en vivo).
- ⇒ Patrimonio material (sitios arqueológicos, conservación, restauración).
- ⇒ Artes visuales (pintura, escultura, fotografía).
- ⇒ Patrimonio inmaterial (artesanías, gastronomía, ferias, festivales).
- ⇒ Medios audiovisuales (cine, radio, TV, video).
- ⇒ Medios impresos (Libros, revistas, literatura).

Para el análisis de datos y considerando que el grueso de la información es de carácter cualitativo, optamos por técnicas inductivas que nos permitieran una aproximación a las características generales del campo cultural y creativo en Honduras a partir de la muestra representativa que participó del taller, a fin de obtener conclusiones generales a partir de visiones particulares.

El marco teórico del presente trabajo refleja el análisis documental partiendo de la revisión de informes mundiales relativos a la economía creativa, documentación oficial producida por instancias de gobierno y otros informes sobre asuntos de economía de la cultura y políticas culturales de Honduras y la región centroamericana.

El análisis de contenido lo utilizamos para examinar datos extraídos de la transcripción de las respuestas a la entrevista aplicada en el taller a los participantes, generando amplias amplias discusiones alrededor de los temas abordados en cada una de las cuatro preguntas relativas a las capacidades de gestión cultural para el desarrollo de la economía creativa en Honduras.

Los resultados de la investigación reflejan las dificultades y limitaciones de la gestión cultural en el territorio y las necesidades de formación expresadas por los propios agentes, por lo cual consideramos que es de carácter exploratorio.

6. RESULTADOS DEL ESTUDIO

6.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Para el análisis de las necesidades de formación en gestión cultural, centramos la atención en la percepción de los agentes e informantes clave reunidos en el taller de diagnóstico y que respondieron la encuesta y la entrevista. La encuesta se estructuró alrededor de los saberes teóricos y prácticos expresados en el concepto de necesidades de formación en gestión cultural que se vinculan con las funciones, actividades, conocimientos y saberes básicos.

La encuesta se diseñó a fin de obtener información relevante en las siguientes dimensiones:

- ⇒ Conocimientos y disciplinas de estudio.
- ⇒ Habilidades instrumentales y procedimentales.
- ⇒ Conocimientos técnicos.
- ⇒ Actitudes, valores y normas.
- ⇒ Capacidades a desarrollar.

De acuerdo al *Estudio de perfiles profesionales del personal cultural en América Latina y el Caribe* —UNESCO, 2003—, el análisis de esas necesidades llevará a la definición de las competencias del perfil profesional que debe ser considerado al diseñar la oferta formativa y sus niveles.

Esperamos que los datos que se desprenden del estudio sean insumos para las posteriores fases de diseño curricular y niveles académicos a considerar en la oferta formativa.

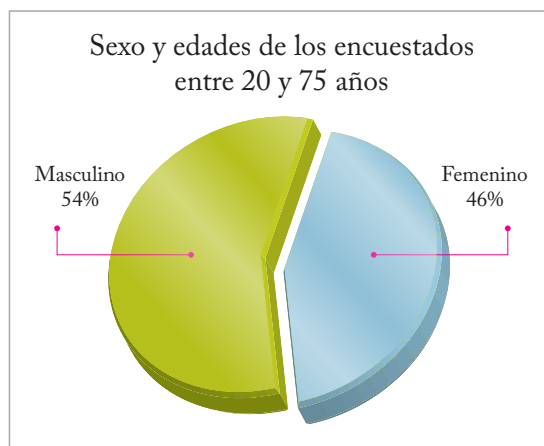


Gráfico 7: sexo encuestados. Fuente: elaboración propia con base en datos de la encuesta.

De los 40 gestores encuestados, el 54% fueron hombres y un 46% mujeres. Los rangos de edad oscilaron entre los 25 y 75 años de edad.

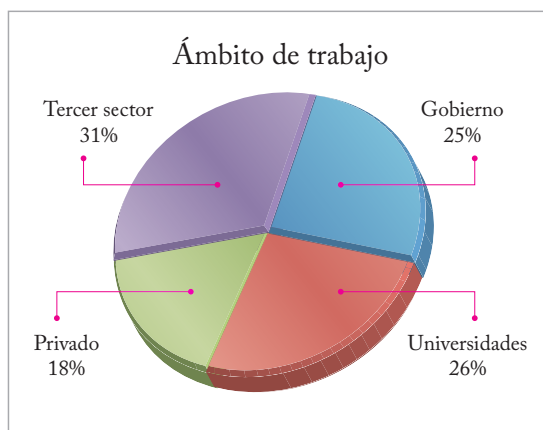


Gráfico 8: ámbito de trabajo. Fuente: elaboración propia con base en datos de la encuesta.

En cuanto al ámbito de trabajo, la mayoría de los encuestados pertenecen a sectores independientes en donde encontramos una amplia gama de agentes culturales. En el medio centroamericano suele utilizarse más el término «sociedad civil» en lugar de «tercer sector», que abarca una amplia gama de oficios y profesiones que se distinguen del sector público o del mercado y responden a las distintas funciones de la sociedad: incluye el voluntariado, sectores sin ánimo de lucro, organizaciones benéficas, fundaciones, cofradías, formaciones tradicionales informales y múltiples entramados organizativos, propios de las culturas tradicionales y que no necesariamente pertenecen al ámbito formal.

Un 61% de los participantes en la encuesta y taller de diagnóstico cuenta con un título universitario; es decir, que los

agentes que se dedican de manera profesional y de tiempo completo a labores artísticas, culturales y creativas poseen una licenciatura en diferentes disciplinas, principalmente de las humanidades y ciencias sociales. Es interesante notar que un porcentaje significativo está en proceso de culminar estudios de postgrado en el nivel de maestría y el menor porcentaje correspondió a quienes completaron su educación media.

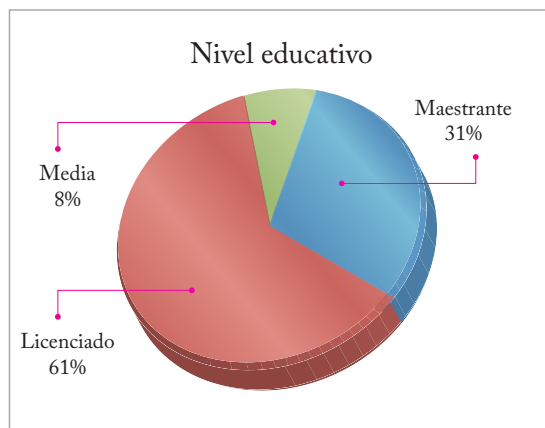


Gráfico 9: nivel educativo. Fuente: elaboración propia con base en datos de la encuesta.



Gráfico 10: razones para la dedicación a la gestión cultural y/o empresa creativa. Fuente: elaboración propia con base en datos de la encuesta.

Las motivaciones para la dedicación a la gestión de las artes y la cultura es una variable que refiere al modo de inserción desde diferentes disciplinas y razones de involucramiento con la gestión cultural. Es notable que 12 de los encuestados, equivalente al 30.8%, manifiesta su deseo de contribuir a la protección del patrimonio cultural, muchos de ellos a partir de sus vínculos profesionales con un centro cultural o casa de la cultura donde la gestión del patrimonio material e inmaterial tiene relevancia; 11, equivalente al 28.2%, expresan una vocación artística; 5, equivalente al 12.8%, manifiesta la necesidad de innovación en su sector y en menor medida; uno de ellos, 2.5%, expresa la necesidad de ampliar sus propios espacios de trabajo y proyección.

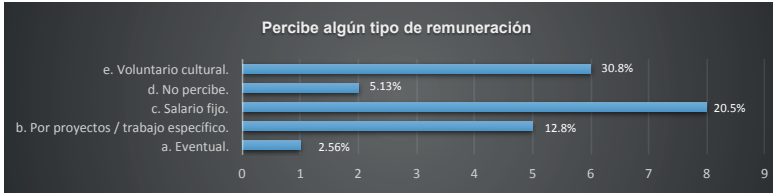


Gráfico 11: tipo de remuneración. Fuente: elaboración propia con base en datos de la encuesta.

El mayor número, el 20.5% de encuestados, expresaron percibir un salario fijo, grupo que corresponde a quienes se desempeñan en los ámbitos público, universitario o directivo de un centro cultural o casa de la cultura que percibe un salario mensual. En el segundo grupo se ubican quienes ejercen funciones de carácter voluntario y se desempeñan en fundaciones o como gestores culturales locales que disponen de su tiempo y recursos para animar la vida cultural, que representa un 15.4%. En tercer lugar se ubican aquellos que perciben ingresos por proyectos o trabajos específicos. En última instancia encontramos a quienes eventualmente reciben un ingreso

económico, el 2.5%; y aquellos que no perciben remuneración alguna, que alcanzan el 5.13% de los encuestados.

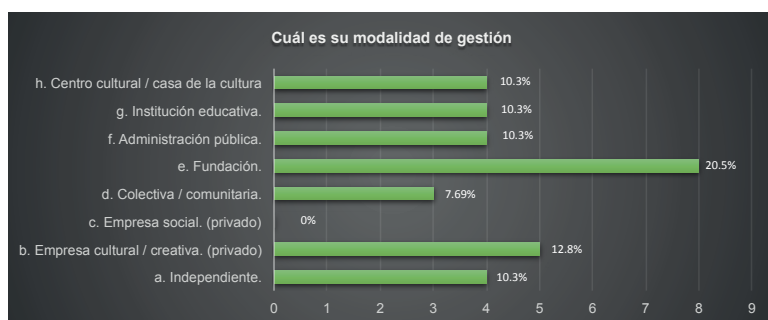


Gráfico 12: modalidad de gestión. Fuente: elaboración propia con base en datos de la encuesta.

La mayoría de los representados, equivalente al 20.5%, ejercen sus funciones a través de fundaciones privadas; seguido de empresas culturales, que representan el 12.5%; y en tercer lugar las casas de la cultura, centros culturales independientes, e instituciones educativas, que suman un 10.3%; seguido de un amplio sector independiente heterogéneo en su composición, el 10.3%. Es importante señalar que dentro de la muestra encontramos dos empresas sociales —contabilizadas como empresa cultural— modalidad que se inserta en el sector social de la economía y que goza de ciertos beneficios fiscales y oportunidades de acceso a financiamientos.

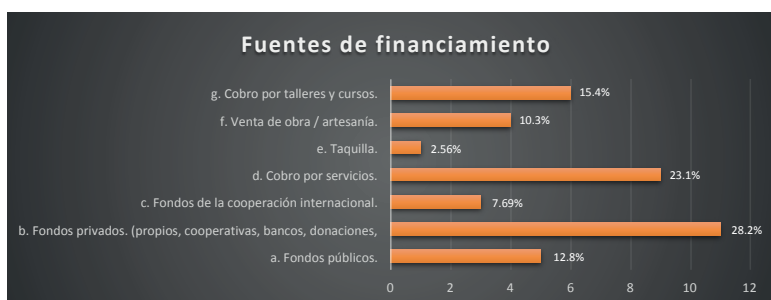


Gráfico 13: fuentes de financiamiento. Fuente: elaboración propia con base en datos de la encuesta.

Las fuentes de financiamiento provienen principalmente de fondos privados sean propios, de cooperativas o bancos que financian los diferentes proyectos y emprendimientos en el sector cultural, que suman el 28.2%. En segunda instancia, el cobro por servicios que generan las propias organizaciones y empresas culturales/creativas, es decir, el 23.1%. Siguen en orden de importancia, los fondos públicos a través del gobierno central y/o administraciones locales con un 12.8%; y finalmente, la cooperación internacional con un 7.69%. La venta de obra, en el caso de la artesanía, representa el 10.3%. Los ingresos por taquilla aparecen en último lugar con un 2.6%, lo que evidencia que no es un ingreso significativo y que refleja la diversificación de las fuentes de financiamiento para el sector cultural y creativo.

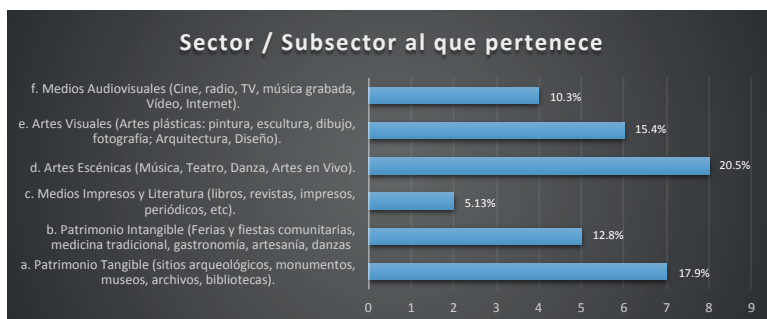


Gráfico 14: sector y subsectores representados. Fuente: elaboración propia con base en datos de la encuesta.

Los sectores y subsectores representados en la encuesta y participantes del taller son los siguientes, en un orden de mayor a menor número:

- ⇒ Artes escénicas (música, danza, teatro y otras artes en vivo, 20.5%).
- ⇒ Patrimonio material (sitios arqueológicos, conservación, restauración, 17.5%).
- ⇒ Artes visuales (pintura, escultura, fotografía, 15.4%).
- ⇒ Patrimonio inmaterial (artesanías, gastronomía, ferias, festivales, 12.8%).
- ⇒ Medios audiovisuales (cine, radio, TV, video, 10.3%).
- ⇒ Medios impresos (libros, revistas, literatura, 5.3%).

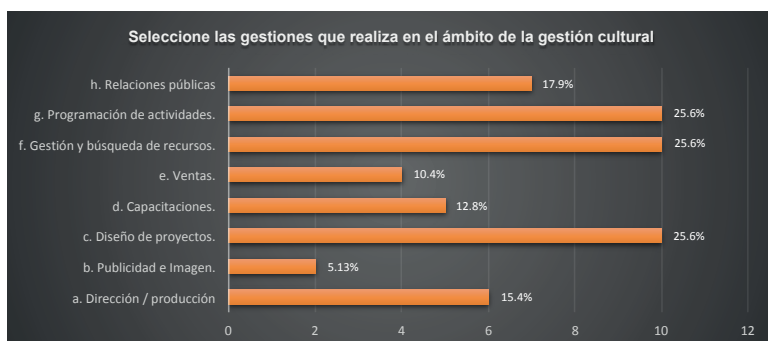


Gráfico 15: tipología de funciones de gestión cultural. Fuente: elaboración propia con base en datos de la encuesta.

Entre las funciones que con mayor frecuencia realizan los agentes culturales, coinciden en primer lugar: la programación de actividades, el 25.6%; la gestión y búsqueda de recursos, 25.6%; y el diseño de proyectos, 25.6%. En segundo lugar, las relaciones públicas, 17.9%; en tercer lugar, las actividades directivas y/o de producción, 15.4%; en cuarto lugar, las capacitaciones, 12.8%; las ventas, 10.4%; y en última instancia, las actividades de publicidad e imagen, 5.13%.

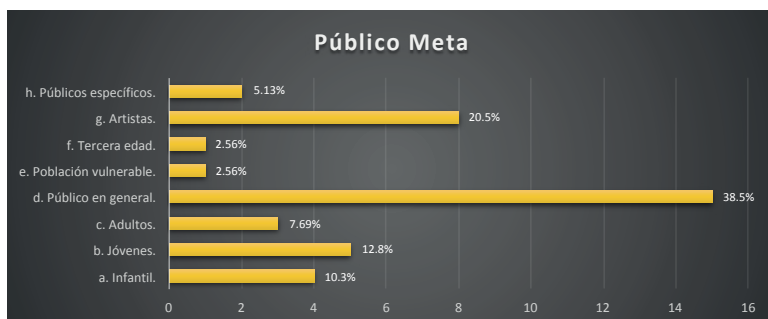


Gráfico 16: público meta. Fuente: elaboración propia con base en datos de la encuesta.

La mayoría de participantes, el 38.5%, manifiesta dirigir su programación y actividades al público en general; seguido de programadores de centros culturales, artistas, con un 20.5%; en tercera instancia, el público joven, 12.8%; infantil, 10.3%; y adultos, 7.5%; seguido de públicos específicos, 5.5%; y en última instancia, las poblaciones vulnerables, 5.5%.

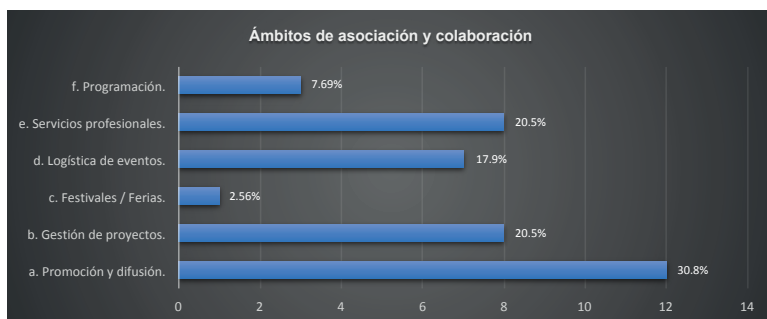


Gráfico 17: ámbitos de asociación/colaboración entre agentes. Fuente: elaboración propia con base en datos de la encuesta.

En esta gráfica observamos que el ámbito de mayor colaboración entre los agentes culturales se realiza para acciones de promoción y difusión a través de sus redes de contactos para eventos, 30.8%; en segunda instancia se ubica la mutua colaboración a través de servicios profesionales y gestión de proyectos, 20.5%; en tercer lugar, la logística de los eventos, 17.9%; la programación, 7.6%; y en menor medida se aprecian acciones colaborativas en festivales y ferias, 2.5%.

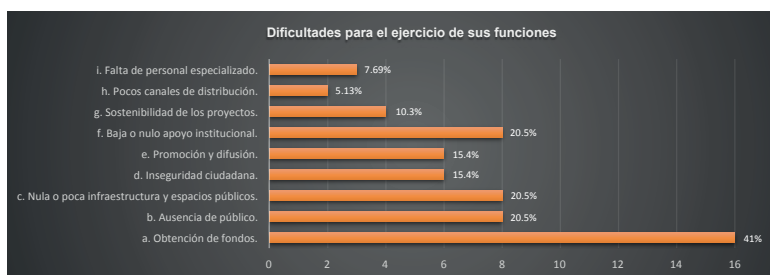


Gráfico 18: dificultades para el ejercicio de sus funciones. Fuente: elaboración propia con base en datos de la encuesta.

Entre las dificultades para ejercer las funciones propias de gestión se ubica, en primer lugar, la obtención de fondos, 41%; con una diferencia considerable de la segunda dificultad identificada, en la cual se ubican tres aspectos: a) bajo o nulo apoyo institucional, b) nula o poca infraestructura y espacios, c) ausencia de públicos, con un 20.5%, respectivamente.

En menor medida se ubican aspectos como la promoción y difusión, 15.4%; la inseguridad ciudadana, 15.4%; la falta de personal especializado, 7.6%; y los pocos canales de distribución, 5.13%. Los tres elementos identificados como segunda dificultad para los trabajos de gestión cultural revelan condiciones precarias a cuanto inversión pública en infraestructura cultural, ausencia de fondos de estímulo a la producción artística y creativa, y problemas para atraer público.



Gráfico 19: niveles de formación en gestión cultural y economía creativa. Fuente: elaboración propia con base en datos de la encuesta.

En cuanto a los niveles académicos, un 38.5% expresa que el nivel de licenciatura es más pertinente a una futura oferta formativa de una instancia de educación superior; en segundo lugar tenemos que las capacitaciones consideradas como educación no formal —seminarios, talleres, diplomados— son consideradas por un 33.3% de los encuestados; seguido del técnico superior universitario, 20.5%; la maestría, 20.5%; y en último lugar, el doctorado, 10.3%.

6.2 IDENTIFICACIÓN DEL PERFIL DE LA FORMACIÓN

Este módulo de preguntas se generó bajo cinco criterios que establecen el nivel de conocimiento, habilidades, destrezas, capacidades y percepción que cada encuestado considerara relevante para desarrollar sus funciones relativas a la gestión cultural.

Los conocimientos requeridos para la gestión cultural pueden clasificarse en cuatro grandes categorías de acuerdo al *Estudio de perfiles profesionales del personal cultural en América Latina y el Caribe* (UNESCO, 2003): saberes técnicos: relacionados con la función dominante de la organización; saberes de organización: relativo a las normativas y estructura organizacional desde donde se opera; saberes de relación: hacia lo

interno y externo de la organización; saberes disciplinarios específicos: relativo a los ámbitos artísticos y socioculturales.

Estos saberes se complementan con procesos y actitudes de orden psicosocial que consideran aspectos sociales y políticos, además de los económicos o de administración y gerencia que procure equilibrios en el diseño de la oferta formativa en sus diferentes niveles; la oferta determinará las capacidades y competencias profesionales requeridas para cada ámbito de intervención.

En esa lógica, los programas, contenidos, áreas temáticas, deberán responder a los perfiles definidos y al nivel académico proyectado en la futura oferta formativa. Los siguientes cuadros muestran el grado de importancia que los participantes otorgan a determinadas áreas del conocimiento, disciplinas académicas, conocimientos técnicos, capacidades, actitudes y valores que permita orientar la definición de áreas temáticas básicas, especialidades e itinerarios adecuados al contexto nacional.

Necesidades de formación	Nivel de importancia				
A. Conocimientos disciplinares	Bajo	Inicial	Medio	Técnico	Alto
Antropología			9		
Sociología			8		
Movimientos artísticos / bellas artes				10	
Museología / museografía				8	
Economía				9	
Medio ambiente, ecología, biología				6	
Psicología			8		
Arqueología			6		
Teorías de la comunicación				9	
Historia				7	
Derecho			10		
Literatura				9	
Marketing digital			7		
Patrimonio					9
Diversidad cultural				10	
Administración y gerencia					10

Tabla 10: conocimientos disciplinares. Fuente: elaboración propia con base en datos de la entrevista.

Los conocimientos disciplinares que recibieron mayor calificación de acuerdo al nivel de importancia y al número de marcas en las encuestas son: administración y gerencia: 10, nivel alto; movimientos artísticos/bellas artes: 10, nivel técnico; teorías de la comunicación: 9, nivel medio; patrimonio: 9, nivel medio; diversidad cultural/antropología: 9, nivel medio; economía: 9, nivel técnico; y derecho: 10, nivel medio.

Necesidades de formación	Nivel de importancia				
	Bajo	Inicial	Medio	Técnico	Alto
B. Habilidades instrumentales y procedimentales					
Expresión oral, buen tono de voz, fluidez verbal					11
Manejo de nuevas tecnologías de la comunicación.					9
Manejar sistemas de archivo y documentación.			9		
Contar con nociones de diseño gráfico.				8	
Manejo de redes sociales.					8
Planificación estratégica y recursos humanos					12
Manejo de técnicas de negociación				9	
Dominio de protocolo y relaciones públicas			10		
Fomentar la participación y pluralidad				9	
Habilidades autodidactas				10	

Tabla 11: habilidades instrumentales y procedimentales. Fuente: elaboración propia con base en datos de la entrevista.

En cuanto las habilidades instrumentales y procedimentales notamos que la planificación estratégica y recursos humanos alcanza un mayor número y nivel de importancia: 12, nivel alto; seguido de la expresión oral y verbal: 11, nivel alto; las habilidades autodidactas: 10, nivel técnico; el manejo de redes sociales: 8, nivel alto; las nuevas tecnologías de la comu-

nicación: 9, nivel alto; el dominio de protocolo y relaciones públicas: 10, nivel medio; y en menor medida, las nociones de diseño gráfico: 8, nivel técnico.

Necesidades de formación	Nivel de importancia				
	Bajo	Inicial	Medio	Técnico	Alto
Sectores artísticos				9	
Bienes, servicios culturales				10	
Legislación cultural					8
Políticas culturales					12
Medios de comunicación				9	
Patrimonio cultural y natural					9
Historia, cultura y sociedad				12	
Promoción y animación sociocultural					12
Sistemas de planificación cultural territorial					10
Métodos de diagnóstico cultural				9	
Instrumentos de promoción comunitaria				9	
Organización de eventos				11	
Mercados artísticos					8
Procesos de producción				13	
Captación de recursos				11	
Formación de públicos				9	
Elaboración de presupuestos					9

Diseño de proyectos					12
Evaluación y monitoreo				11	
Marketing cultural					11
Cooperación cultural					12
Turismo cultural					9
Desarrollo local					10

Tabla 12: conocimientos técnicos. Fuente: elaboración propia con base en datos de la entrevista.

Los conocimientos técnicos hacen referencia a las principales funciones y tareas que realizan los gestores culturales que son por naturaleza diversa. Los conocimientos técnicos más relevantes por el nivel de importancia atribuido por los participantes son: procesos de producción: 13, nivel técnico; políticas culturales: 12, nivel alto; historia, cultura y sociedad: 12, nivel técnico; promoción y animación sociocultural: 12, nivel alto; diseño de proyectos: 12, nivel alto; cooperación cultural: 12, nivel alto; marketing cultural: 11, nivel técnico; evaluación y monitoreo: 11, nivel técnico; captación de recursos: 11, nivel técnico; organización de eventos: 11, nivel técnico; bienes y servicios culturales: 10, nivel técnico; sistemas de planificación territorial: 10, nivel alto; y desarrollo local: 10, nivel alto.

Necesidades de formación	Nivel de importancia				
	Bajo	Inicial	Medio	Técnico	Alto
Respeto y tolerancia por los diversos públicos					16
Sentido crítico sobre los efectos sociales en su campo					13
Reflexión sobre su propio trabajo					15
Ética profesional					17
Generar confianza					13
Sensibilidad por la diversidad artística y cultural					16
Atención especial a personas con discapacidad física					12
Disposición a la formación continua					13

Tabla 13: actitudes, valores y normas. Fuente: elaboración propia con base en datos de la entrevista.

Respecto a este cuadro podemos observar un alto grado de estimación por los valores, normas de comportamientos y conductas a observar en el ejercicio profesional. La ética profesional, 17, se ubica a la cabeza; luego el respeto y tolerancia por los diversos públicos, 16); la sensibilidad por la diversidad artística y cultural, 16; la reflexión sobre su propio trabajo, 15; el sentido crítico, 13; generar confianza, 13 y finalmente, la atención especial a personas con algún tipo de discapacidad, 12.

Necesidades de formación	Nivel de importancia				
	Bajo	Inicial	Medio	Técnico	Alto
Organizativa					15
Movilizar potencialidades individuales y colectivas					9
Liderazgo y toma de decisiones					12
Elaboración de proyectos					13
Interlocución y negociación con otros agentes					10
Comunicación en la era digital					10
Control, seguimiento y evaluación					9
Dirección de equipos humanos					14
Innovación y creatividad					10
Investigación y diagnóstico				10	
Adaptación al entorno					12
Análisis de los fenómenos culturales					12
Gestión de riesgo en proyectos emprendedores					8

Tabla 14: capacidades/competencias. Fuente: elaboración propia con base en datos de la entrevista.

Las capacidades señaladas adquieren el máximo nivel de importancia; de mayor importancia en orden descendente; de acuerdo a la tabla tenemos, en primer lugar, a las capacidades organizativas, 15; dirección de equipos humanos, 14; elaboración de proyectos, 13; liderazgo y toma de decisiones, 12;

adaptación al entorno, 12. Le siguen la interlocución y negociación con otros agentes, 10; comunicación en la era digital, 10; innovación y creatividad, 10; movilizar potencialidades individuales y colectivas, 9 y finalmente la gestión de riesgo en proyectos emprendedores, 8.

6.3 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

La entrevista tuvo como objetivo profundizar con los informantes claves aspectos relativos a las funciones que desempeñan las diferentes organizaciones presentes en el campo cultural y creativo. Además de las funciones desempeñadas, solicitamos a los informantes profundizar sobre las habilidades, actitudes y competencias requeridas en gestión cultural para el desarrollo de la economía creativa en Honduras.

Sector /subsector	Perfil que desempeña	Funciones
Artes escénicas (2)	Director/ productor	Organización y planificación. Administración Gestión de fondos Diseño de proyectos Producción Negociación Ventas de servicios
Patrimonio material (2)	Restaurador/ conservador	Investigación Asistencia técnica Capacitación Gestión de colecciones
Artes visuales (2)	Directivo ejecutivo/director artístico	Planificación y administración Investigación/curaduría Diseño de proyectos Gestión de fondos Producción ejecutiva
Patrimonio inmaterial (1)	Organizador festival	Organización y planificación Gestión de patrocinios Comunicación y publicidad Relaciones públicas Capacitaciones Diagnósticos comunitarios
Medios audiovisuales (1)	Productor	Administración y planificación Producción ejecutiva Relaciones públicas Gestión de fondos y patrocinios Negociación Distribución Publicidad y marketing
Medios impresos (2)	Literato/editor	Administración y planificación Producción ejecutiva Relaciones públicas Gestión de fondos y patrocinios Negociación Distribución Publicidad y marketing

Tabla 15: perfil de los informantes clave. Fuente: elaboración propia con base en datos de la entrevista.

Las respuestas a las preguntas formuladas, permitieron profundizar en aspectos sobre la naturaleza del trabajo de cada uno de los informantes en asuntos relativos a las condiciones en que desempeñan sus labores, su entorno social, político y económico a los cuales se hizo permanente referencia en los debates generados.

Sector/subsector	Perfil que desempeña	Funciones
Promoción social de las artes y la cultura.	Conocimientos teóricos para el análisis sociocultural.	Competencias de administración, planificación, gestión y evaluación de políticas, planes y proyectos.
Producción de servicios culturales.	Metodologías de diagnóstico y análisis de la realidad.	Competencias para la organización de programas y proyectos.
Manejo del patrimonio cultural e histórico.	Marco jurídico y económico de las artes y la cultura.	Competencias para situar el papel de la cultura en la sociedad contemporánea.
Animación sociocultural.	Planificación, administración y gestión financiera.	Competencias para la ubicar el papel de la cultura en los procesos de desarrollo local/regional y nacional.
Administración de políticas públicas.	Conocimientos de área disciplinar.	Competencias para la organización y gestión de empresas culturales.
Producción de bienes culturales y creativos.	Gestión de fondos (fundraising).	Competencias para la producción de bienes y servicios culturales y creativos.
Elaboración de políticas culturales.	Conocimientos técnicos específicos.	Competencias para situar su acción profesional a escala local y global.
Distribución de bienes culturales.	Desarrollo de la creatividad e innovación.	Competencia de diagnóstico y de modelizar información para su acción profesional.
Investigación cultural.	Tipología y programación de actividades culturales.	Competencia de mediación entre diferentes actores de su campo profesional.
Promoción de expresiones creativas y culturales.	Conocimientos sobre políticas culturales.	Competencias tecnológicas y de innovación en el propio sector.
Diseño e innovación.	Conocimientos sobre gestión de recursos humanos.	
	Gestión de derechos de autor y propiedad intelectual.	

Tabla 16: necesidades y competencias de gestión cultural. Fuente: elaboración propia con base en UNESCO (2003), Martinell (2006), Iberformat (2006) y datos de las entrevistas.

Las competencias y capacidades para la gestión cultural y la economía creativa, se caracterizan por la heterogeneidad de sus sectores y profesiones. Las competencias señaladas obedecen a las funciones, el análisis de contexto, a las debilidades y fortalezas que los propios agentes culturales identifican en el diálogo con aportes de investigaciones específicas en el ámbito iberoamericano.

Los perfiles profesionales deben ser acordes a las funciones que los agentes culturales desempeñan en el marco de un territorio específico, a fin de reducir al mínimo los perfiles indefinidos y generalistas. Lo anterior es posible cuando se tienen en cuenta dos variables: el análisis del contexto en que se actúa determinará las necesidades específicas y las correspondencias con características generales del sector para efectos comparativos e información sobre tendencias registradas.

Otro aspecto relevante es la distinción entre las competencias que son propias de la gestión cultural y aquellas que son fruto de la participación ciudadana en actividades comunitarias (Martinell, 2006, p. 80).

Habilidades	Actitudes	Competencias
1. Planificación estratégica.	1. Ética profesional.	1. Organización y administración.
2. Expresión oral y fluidez verbal.	2. Sensibilidad por la diversidad artística y cultural.	2. Dirección de equipos de trabajo.
3. Habilidades autodidácticas.	3. Reflexión sobre su propio trabajo.	3. Elaboración de proyectos.

Tabla 17: habilidades, actitudes y competencias priorizadas. Fuente: elaboración propia con base en datos de la entrevista.

La propuesta de formación en gestión cultural debe propiciar la reflexión y el debate sobre el papel de la cultura en

los procesos sociales, económicos y políticos desde múltiples perspectivas. La innovación del sector cultural y despliegue de la economía creativa demanda de procesos de investigación que señalen las potencialidades, limitaciones, marco legal y oportunidades de desarrollo e inclusión económica de sectores culturales y creativos que alcancen un nivel profesional.

7. CONCLUSIONES

7.1 SOBRE EL OBJETO DE ESTUDIO, HIPÓTESIS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. El nuevo paradigma económico, conocido como economía del conocimiento, integra la educación, la investigación científica y la cultura, tiene a la innovación como motor de la competitividad; las artes y la creatividad, por su alto valor simbólico, se ubican al centro del modelo construido a partir de las capacidades intelectuales y emocionales de las personas.
2. Nuestra hipótesis de estudio es: si el aumento o generación de nuevas competencias y capacidades en gestión y administración cultural de los agentes culturales de Honduras incide en el desarrollo e impulso de la economía creativa. La respuesta es afirmativa: la gestión cultural aplicada a la economía creativa requiere el dominio de nuevas competencias y capacidades vinculadas a la administración de empresas y producción de bienes y servicios culturales, al mismo tiempo capacidades para impulsar procesos de inclusión económica de sectores culturales y creativos emergentes.

3. El concepto de economía creativa es aplicable a realidad hondureña si se asume en su amplio sentido; es decir, que además de incorporar la industria cultural y creativa incluya objetivos sociales y económicos como la generación de empleo, promoción de la exclusión social y el desarrollo humano.
4. El concepto de economía creativa incluye el fortalecimiento de los procesos productivos locales como la artesanía, la medicina tradicional, los diseños ancestrales que, a pesar de encontrarse en una etapa pre-industrial, son generadoras de empleo y fuente de ingresos para un buen número de personas que tienen a las familias como unidad económica.
5. Los bienes y servicios culturales para la economía creativa requieren de tres elementos para ser considerados como tales: creatividad, valor simbólico y que genere propiedad intelectual, lo que conlleva el reto de legislar para determinar los derechos de autor sobre conocimientos tradicionales, sobre la bio-diversidad, la música y los ritmos tradicionales.
6. La dinámica de la vida cultural en Honduras es impulsada fundamentalmente por la sociedad civil, organizaciones culturales, fundaciones privadas, colectivos de artistas, organizaciones comunitarias que despliegan sus propias estrategias organizativas, de gestión de fondos, de producción generalmente de forma empírica y que requieren de capacitación y desarrollo de capacidades específicas.
7. Los sectores creativos y sus gestores tanto públicos como privados son un segmento productivo muy joven y de reciente existencia y/o existencia, como en el caso del

diseño y las nuevas tecnologías que requieren del fortalecimiento de capacidades específicas de gestión cultural aplicada.

8. Es preciso contextualizar el modelo de la economía creativa en dos sentidos: a) como posibilidad de ampliar la matriz productiva del país a través de productos y servicios que conjuguen los tres elementos citados —punto 5— y orientados al mercado; b) fortalecer la gestión cultural que propicie la inclusión social, entendida como la privación de capacidades y oportunidades en la vida económica, política y social del país que enfrentan sectores culturales, creativos y comunitarios, lo cual se traduce en la privación de derechos económicos, sociales y culturales.

7.2 SOBRE LA CONSTRUCCIÓN DE LA OFERTA ACADÉMICA

9. Como derivación de lo anterior, es imprescindible distinguir contenidos e itinerarios profesionales entre la producción de bienes y servicios culturales orientados al mercado y una perspectiva de la cultura como factor de desarrollo social. Lo anterior fue detectado como una tensión presente en las ofertas formativas de la región en el *Estudio de perfiles profesionales del personal cultural en América Latina y el Caribe* (UNESCO, 2003, p. 84).
10. Es muy claro en los resultados de la encuesta y la entrevista que se requiere fortalecer las competencias generales en el campo de la gestión cultural a través de contenidos teóricos y metodológicos sobre: organización y administración, dirección de equipos de trabajo,

gestión de proyectos, planificación estratégica y en temas técnicos disciplinares y de análisis sociocultural.

11. Entre las tendencias observadas, destacamos la creciente incorporación de acciones culturales en empresas como parte de sus programas de responsabilidad social empresarial, lo que demanda competencias para la gestión de fondos y técnicas de negociación.
12. Las competencias específicas en gestión cultural obedecen a la previa identificación de los múltiples intereses de las áreas a desarrollar, conforme a unos perfiles definidos y una estructura de contenidos basada en la identificación de necesidades, problemáticas y situaciones culturales en cada región del país.
13. El desarrollo de competencias para el incremento de la creatividad e innovación se vuelve crucial para ampliar las oportunidades de inclusión económica, en áreas no tradicionales con mayor potencial para ampliar la matriz productiva del país.
14. La revitalización y puesta en valor del patrimonio cultural, requiere, por ejemplo, la formación de recursos humanos ubicados en las propias comunidades con capacidades para la innovación social y desarrollo de políticas, planes, estrategias para el turismo cultural y sostenible.
15. La UNAH y su oferta permanente de diplomados en gestión cultural, es la base para la construcción de una nueva oferta académica en la materia sustentada, además de los contenidos teóricos y metodológicos, en la reflexión sobre la *praxis* de los agentes presentes en cada región.

16. El proceso para la construcción de la oferta académica en gestión cultural debe partir de una identificación precisa de las necesidades, procesos culturales y potencialidades de recursos que definan las competencias a desarrollar, los perfiles profesionales, los niveles en los cuales se distribuyan los contenidos como se muestra en el siguiente gráfico:

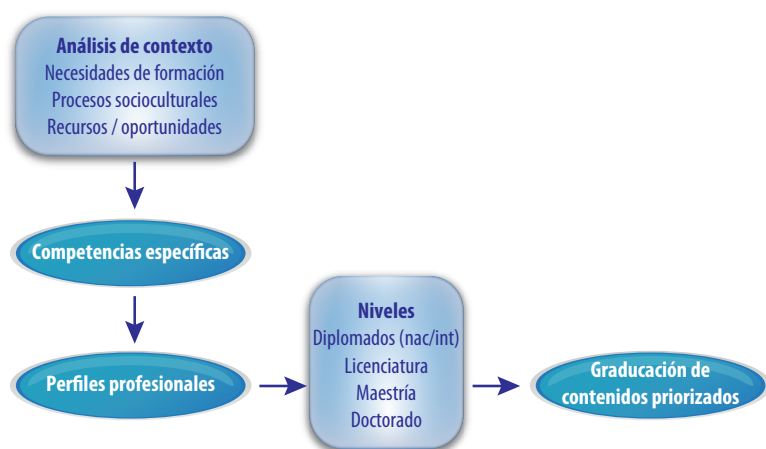


Gráfico 20: proceso para la construcción de la oferta académica. Fuente: elaboración propia con base en el estudio.

17. La graduación de los contenidos programáticos en los diferentes niveles es vital para el proceso de enseñanza-aprendizaje en los ciclos de formación en gestión cultural, en los cuales debe existir una formación previa y posterior.
18. Los niveles a considerar son: diplomado nacional o internacional, técnico superior, licenciatura, maestría; en los cuales los primeros dos tengan un nivel técnico bien definido y en los siguientes niveles se distribuyan los con-

tenidos teóricos/metodológicos de acuerdo a las especializaciones e itinerarios.

19. Para definir los perfiles es necesario tomar una decisión informada al respecto, considerando la formación generalista/técnica en los primeros niveles y buscar la especialización de acuerdo a las dinámicas regionales y oportunidades derivadas del análisis sectorial, de las funciones a desempeñar por el gestor cultural en el marco de la economía creativa y expresada en los diferentes itinerarios a cursar.
20. Fortalecer las alianzas estratégicas con instancias especializadas de cooperación internacional que han impulsado procesos y reflexiones en el campo de la cultura y el desarrollo como la AECID, el Centro Cultural de España en Tegucigalpa, CCET, la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura, OEI, la cátedra UNESCO de políticas culturales y desarrollo de la Universidad de Girona; la oficina de UNESCO para Centroamérica, entre otros potenciales socios a identificar.
21. Es necesario realizar estudios específicos sobre los sectores de la economía creativa, a fin de identificar sus encadenamientos productivos, su cadena de valor, análisis de la oferta y la demanda, con el objetivo que puedan generarse políticas públicas con base en diagnósticos sectoriales.
22. Es urgente superar el déficit de información sobre temas de economía de la cultura para la generación de políticas públicas de estímulo a los sectores culturales y creativos, a menos en dos vías: a) recopilación de información es-

tadística anual sobre indicadores básicos de la economía cultural —aporte al PIB, empleo, producción, ventas, pagos por derecho de autor, exportaciones e importaciones y piratería—; b) realizar análisis y recomendaciones que se deriven de esa información sobre estructuras de mercado, marco legal, estrategias sectoriales, impactos sociales y hábitos de consumo.

23. Una de las prioridades para la formación en gestión cultural y economía creativa, es establecer relaciones de cooperación internacional en diferentes vías: analizar sistemas de formación presentes en el ámbito iberoamericano, revisar experiencias de formación virtual, realizar estudios sobre acreditaciones, convalidaciones y reconocimientos, investigaciones compartidas, movilidad docente y de alumnos.
24. Es recomendable construir una oferta formativa con visión regional centroamericana que permita el mutuo conocimiento en realidades similares, aunque con diferentes niveles desarrollo cultural; esta oferta deberá hacer uso de las nuevas tecnologías de la información y podría ser de carácter semi-presencial con una inversión previa en una plataforma virtual.
25. Consideramos estratégica la reactivación de la «Red regional de cooperación para la formación en gestión cultural», (2012), integrada por universidades centroamericanas, de Colombia y España, a fin de consolidar una oferta formativa regional como expresión de la cooperación cultural iberoamericana.

Bibliografía

- Bernárdez, L. J. (s.f.). *La profesión de la gestión cultural: definiciones y retos*. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural. Recuperado de http://www.gestioncultural.org/ficheros/BGC_Aso-GC_JBernardez.
- Bordieu, P. (1986). Campo Intelectual y proyecto creador. En Jean Poullion, *Problemas del Estructuralismo*. México: Siglo XXI.
- Coelho, T. (2003). *Diccionario crítico de política cultural*. México: Conaculta-ITESO.
- CAB, (2003), *Impacto económico de las industrias culturales en Colombia*. Ministerio de Cultura de Colombia: CERLALC. Recuperado en www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/53915.pdf
- _____. (2015). *Guía metodológica para la implementación de cuentas satélites de cultura en Iberoamérica*. 2ª ed. Recuperado en http://convenioandresbello.org/cuenta_satelite/documentos/guia_metodologica-digital.pdf
- Corima. (2017 julio-diciembre). Guadalajara: Universidad de Guadalajara. Recuperado en <http://revistascientificas.udg.mx/index.php/corima/article/view/4937/html>. ISSN 2448-7694
- Duran, S. (2000). *Redes culturales e integración regional en Centroamérica: una visión del sector autónomo*. San José: AECI.

European Commission. (2017). *The Cultural and Creative Cities Monitor*. Recuperado en <https://compositeindicators.jrc.ec.europa.eu/cultural-creative-citiesmonitor/media/c3monitor2017>.

Fonseca, A. (2008). *Economía creativa como estrategia de desarrollo. Una visión de los países en desarrollo*. Sao Paulo: Itaú Cultural.

Foro-taller Cultura y Desarrollo en Centroamérica. (2001). *A cinco años del programa de Hivos. Recuento de Actividades*. San José: Hivos.

Gallegos, C. y Mejía, M. (2011). *Primera cuantificación económica de las actividades del sector cultural en Honduras y Estudio económico prospectivo sobre impactos y potencialidades del proyecto ley general de fomento a la cultura*. Tegucigalpa: PNUD.

Gallegos, C. (2013 junio). *¿Cuánto vale la cultura en Honduras?* Hablemos Claro Financiera, (20) 40-44.

García, N. (1990). *Culturas Híbridas*. México: CNCA-Grijalbo.

Guzmán, C. (2012). Claves para abordar el debate cultural contemporáneo: gestión cultural y economía creativa las nuevas respuestas. En *III encuentro de gestores culturales de Venezuela*. Venezuela: Memorias, Universidad Central.

IBERFORMAT. (2007). *La formación del gestor cultural en Iberoamérica, situación actual, resultados y recomendaciones*. Medellín: OEI, AECID, Interarts, Universidad de Antioquia.

_____. (2006). Propuesta académica. En *Seminario de formación de formadores en gestión cultural*. Antigua Guatemala: Documentos.

- Labrun, A. (2014). *Industrias culturales, creativas y de contenidos*. Perú: UNIFE. Recuperado en http://www.unife.edu.pe/centro-investigacion/revista/N19_Vol2/Artu00EDculo%203.pdf
- Magallón, M. (1994 sep-oct). Cultura, tradición y modernidad en América Latina y el Caribe a fin de siglo. En *Cuadernos Americanos* n.º 47. México: UNAM.
- Mariscal, J. (2006). *Formación y capacitación de los gestores culturales*. Recuperado en <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68800406>>ISSN1665-6180
- Martinell, A. (2012). *Formación de formadores y gestores para la construcción de un diplomado en gestión cultural en Honduras*. Programa conjunto creatividad e identidad cultural para el desarrollo local. UNESCO-UNAH.
- _____. (2007). La gestión cultural: singularidad profesional y perspectivas de futuro en *Seminario internacional: la formación en gestión y políticas culturales para la diversidad cultural y el desarrollo*. España: Documenta Universitaria.
- _____. (2006). *La formación en gestión cultural en Iberoamérica, reflexiones y situación*. Revista Pensar Iberoamérica n.º 10. Madrid: OEI.
- Mejía, M. (2016). *La formación superior en gestión cultural en Honduras: antecedentes y desafíos*. Revista de la Universidad, 117-123.
- Ministerio de Cultura y Deportes. (2000). *El manual del promotor cultural*. Guatemala: MCD.
- Olmos, H. (2008). *Gestión cultural y desarrollo, claves del desarrollo*. Madrid: AECID.

Pietro, J. (2001). *Derecho a las culturas e industrias culturales, en Economía y cultura: la tercera cara de la moneda*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

PNUD. (2003). *Informe sobre desarrollo humano Honduras: la cultura medio y fin del desarrollo*. San José.

Protti, G. y Rodríguez, E. (2009). *Diagnóstico para la formación en gestión cultural en Costa Rica*. San José: PROARTES-Centro Cultural de España.

PROMÉXICO. (2011). *Diseñado en México. Mapa de ruta de la industria creativa*. 2ª edición, México.

——— (2013). *Mapa de ruta de las industrias creativas*. México: PROMEXICO. Recuperado en <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/60154/MRT-Industrias-Creativas-2013.pdf>

SELA. (2011). *Incentivo a las industrias culturales y creativas en América Latina y el Caribe*. Caracas. Recuperado en http://walk.sela.org/attach/258/EDOCS/SRed/2011/06/To23600004770-0-Incentivo_a_las_Industrias_Creativas_y_Culturales-_Di_08-11.pdf

Schargorodsky, H. (s.f.). *Un perfil del gestor cultural profesional en América Latina y el Caribe: su relación con la formación en gestión cultural*. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural. Recuperado en http://www.gestioncultural.org/ficheros/BGC_Asoc_GC_HSchargorodsky.pdf

UNAH. (2011). *Memoria del primer diplomado universitario en gestión cultural. Tegucigalpa*: Facultad de Humanidades y Artes.

- UNCTAD. (2010). *Economía creativa. Informe 2010: una opción factible de desarrollo*. Recuperado en http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf
- UNESCO. (2005). *Convención para la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales*. París.
- _____. (2008). *La cultura en números: hacia un sistema de indicadores culturales para Centroamérica*. San José.
- _____. (2009). *Marco de Estadísticas Culturales MEC. Instituto de Estadística UNESCO*. Recuperado en <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001910/191063s.pdf>
- _____. (2010). *Políticas para la creatividad guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. París. Recuperado en <http://medcontent.metapress.com/index/A65RMO3P4874243N.pdf>
- _____. (2010). *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. París.
- UNESCO-PNUD (2013). *Informe sobre la economía creativa, edición especial. Ampliar los cauces de desarrollo local*. París: UNESCO-PNUD. Recuperado en <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>
- _____. (2014). *Indicadores Unesco para la cultura y el desarrollo. Manual Metodológico*. UNESCO-AECID. Recuperado en http://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd_manual_metodologico_1.pdf
- _____. (2005). *Formación en gestión cultural y políticas culturales. Directorio Iberoamericano de centros de formación*. Unesco-Iber-

format-OEI. Recuperado en <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001386/138686s.pdf>

_____. (2003). *Estudio de perfiles profesionales del personal cultural en América Latina y el Caribe*. División de Políticas Culturales UNESCO. Observatorio Cultural: Universidad de Buenos Aires.

Yúdice, G. (2008). *Modelos de desarrollo cultural urbano: ¿gentrificación o urbanismo social?* Alteridades. Recuperado en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74716004005> >ISSNo188-7017

Zea, L. (1993 mayo-junio) Naturaleza y Cultura. En *Cuadernos Americanos* n.º 39. México: UNAM.

Este libro se diagramó en
la Editorial Universitaria
con el auspicio de la
Dirección de Cultura de
la Universidad Nacional
Autónoma de Honduras en
octubre de 2018.