

## **Acercamiento a las economías populares en las artes, las culturas y los saberes y su manifestación en las Culturas festivas de Colombia.**

**Autora:** Ritzy Katherine Medina Cuentas

**7/12/2023**

### **Resumen**

Este artículo busca aportar desde las bases, al análisis de las prácticas de economía popular en las culturas, las artes y los saberes enmarcadas en las expresiones de la Cultura Festiva del país, partiendo de reconocer los cambios que la relación economía y cultura han tenido, las estrategias a tener en cuenta en esta correspondencia y la cultura festiva en Colombia, como una muestra del desarrollo de la economía popular a lo largo del país con el fin de fortalecer y aportar a la sostenibilidad de esta práctica de la economía popular; además de reconocer estas culturas como paradójicas, en tanto han hecho alegoría y han resistido al fenómeno histórico del conflicto armado, dando cuenta de los lenguajes diversos con los que las organizaciones y agentes festivos interpretan sus entornos, re significan sus legados y plantean preguntas de pasado, presente y futuro.

**Palabras clave:** Culturas festivas, economía popular, virajes, estrategias, conflicto, sostenibilidad.

## Introducción

En este artículo se exponen los resultados de la revisión de literatura especializada y revisión documental acerca de los términos Cultura Festiva, Economía Popular y Conflicto Armado en Colombia desde el 2017 hasta la actualidad. Se realizó una búsqueda bibliográfica con base en la metodología de revisión sistemática de literatura para ciencias sociales y económicas en Scopus, WoS y Redalyc en el periodo 2017 – 2023. Para dicho propósito se siguieron los fundamentos expuestos por Chicaiza-Becerra et al (2017) sobre las revisiones sistémica. En tal sentido, la revisión contó con tres etapas: 1) exploratoria 2) la búsqueda en profundidad en las bases de datos seleccionadas y 3) el análisis y la discusión de la información; con respecto a este último punto, se tomó como principal insumo de análisis la sistematización del proyecto *Cultura Festiva* del área de Economía Popular de la Dirección de Estrategia, Emprendimiento y Desarrollo del Ministerio de las artes, las culturas y los saberes.

En dicha revisión, no se encontraron textos que realicen una imbricación puntual de los conceptos de interés de este trabajo, muchos de los documentos reseñados hablan por separado de cada uno de ellos, o a lo sumo, ponen en conjunto a la “cultura” y la “economía”, como términos generales. Sin embargo, esta pesquisa permitió observar cuestiones en común para abordar el tema de las economías populares y su inserción o manifestación en las culturas festivas.

Lo primero que se puede afirmar es que muchos de los artículos encontrados señalan la importancia de una serie de transformaciones que la economía de base cultural viene suponiendo, a saber, (1) actualmente es base económica fundamental a nivel mundial (2) la

transformaciones en el mundo laboral hacen que las personas pertenezcan cada vez más al sector cultural/económico y además que tengan mayor tiempo para ser consumidores de bienes culturales y (3) el acercamiento de las poblaciones a la cultura, a las artes, los saberes y la creatividad potencia sus posibilidades de participar en la economía cultural, gracias al desarrollo creativo que pueden lograr, dentro de los cuales se encuentran los agentes festivos, cómo se planteará más adelante.

Luego de ello, en un segundo apartado se presentan las estrategias que en los documentos revisados se identifican para establecer una relación efectiva entre la economía y la cultura, en donde es pertinente la transición de la Economía Naranja hacia la Economía Popular, segundo, que en este tipo de economías no es correcto desconocer el aporte simbólico de la cultura, tercero, que hay que realizar unos cambios en la administración de las organizaciones de economía creativa, empezando por la manera como se lleva a cabo su contabilidad y cuarto, que este tipo de economía requiere una formación de público que hunde sus raíces en las bases del sistema educativo nacional.

Posteriormente, con el objetivo entre otras cosas de destacar el papel simbólico, organizativo, y sanador de las expresiones festivas, se habla someramente sobre su relación con el conflicto histórico del país, donde las culturas festivas pareciera a veces realizar una alegoría y otras veces resistir; sea cual fuere su motivación, la cultura festiva, ayuda a construir paz y procesos de reconciliación.

Finalmente, se plantean algunas recomendaciones a modo de conclusiones sobre las prácticas de la Economía Popular presentes en las Culturas Festivas del país y cómo abordar esta relación desde la Política Pública de Economías Populares.

## **La mirada económica se posa la cultura**

Para incorporar a la cultura festiva, fundamentalmente a las artes y saberes de las comunidades, en las posibilidades económicas y políticas actuales de Colombia, se hace necesario resaltar los virajes respecto a la concepción de lo que significa la cultura misma y su relación con la economía. Algunas circunstancias apalancan estos giros propuestos, a continuación se expondrán algunas de ellas.

En primera instancia es de suma importancia mencionar que actualmente la cultura supone un núcleo económico trascendental, para el caso colombiano, en 2018 las industrias creativas y culturales **ya** alcanzaban una participación del 3,2% del PIB nacional, es decir, una cifra cercana a los \$ 28,4 billones de acuerdo con cifras presentadas por el DANE (2019), las industrias creativas y culturales en Colombia, durante 2018, según el mismo informe del DANE, generaron cerca de 540.000 puestos de trabajo en actividades varias como creación, producción y distribución de bienes y servicios de contenido cultural y creativo que se pueden proteger por derechos de propiedad intelectual.

Según el informe de las Naciones Unidas titulado Perspectivas de la Economía Creativa 2022, el aporte de los sectores cultural y creativo a la economía mundial es enorme. El sector cultural representa el 3,1 % del producto interno bruto (PIB) global, y la UNCTAD presume que en 2020 los bienes y servicios creativos suponían el 3 % y el 21 % del total de las exportaciones de bienes y servicios, respectivamente. Así mismo, los sectores cultural y creativo generan el 6,2 % de todo el trabajo, a saber, cerca de 50 millones de empleos en todo el mundo y emplean a más jóvenes (de entre 15 y 29 años) que otros sectores.

Lo anterior puede entenderse caracterizando el desarrollo de este campo en un sector dinámico, esto es, uno que crece por encima de la media de la economía. Este sector

económico impulsa la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano, situaciones que generan que los sectores creativos sean determinantes para el futuro próximo. Es así como lo cultural, lo simbólico y lo creativo encarnan el futuro de las industrias, los cuales se juntan en el estudio de la economía de la cultura, enfocada en el patrimonio cultural, las artes escénicas y la industria cultural.

En Colombia, los virajes industriales hacia lo cultural y creativo se conocen como ‘economía naranja’, que de acuerdo con la noción de Buitrago & Duque (2013) y ulteriormente fortalecido por el BID (2017), contempla un sector económico renaciente fundado en el talento, la creatividad, la conectividad, el rescate de la propiedad intelectual, los derechos de autor y el legado cultural regional.

Un segundo suceso importante que pareciera no tiene que ver con entender las implicaciones de la cultura hoy en día y transformar la representación que tenemos de ella en relación con la economía, es la paulatina pero segura reducción de las jornadas laborales, la propagación del trabajo en casa y los trabajos autónomos. Al respecto, en muchos países las jornadas laborales son cada vez menos extensas, para el 2026 la jornada laboral en Colombia se reducirá a 42 horas semanales. Los países con mayor desarrollo económico y calidad de vida (Noruega, Países Bajos y Dinamarca) promedian 30 horas laborales a la semana. Entre los países de la OCDE con menos horas de trabajo se cuenta Dinamarca, cuya población figura en encuestas como una de las más felices del mundo.

Dentro de los giros al interior del mundo laboral, está el trabajo *freelance*. Georgi Todorow (fundador de Thrivemyway), señala que en el 2021 hubo más de 1.000 millones de trabajadores *freelance* en el mundo. A 2022, se presume existen 1.500 millones de *freelance* en el mundo y correspondería a un 35% de la mano de obra mundial (según Airtm), "más de

la mitad de los trabajadores de la Generación Z son *freelance*”, además, el 33% de ellos trabajan en una industria creativa.

Estos tipo de trabajo, más la reducción en las jornadas laborales en varios países, dejan más tiempo libre a las personas, las cuales pasan de ser productores de bienes materiales a ser empleados del tercer renglón de la economía y consumidores, convirtiendo al sector *servicios* en el sector económico más destacado a nivel mundial en los países desarrollados así como en muchas de las economías en desarrollo.

En la actualidad, la economía de servicios suministra más del 60% del trabajo y del PIB en América Latina y el Caribe (ALC). El incremento de los servicios en los últimos 30 años ha sido impresionante.

Es así como existe una tendencia a que las personas sean cada vez más consumidoras de servicios, y por supuesto de cultura. Sus existencias ya no se resumen exclusivamente al trabajo y el hogar (donde ya muchos ni siquiera forman familias tradicionales), sino que hay otras esferas, entre las cuales está la del entretenimiento, huyéndole a ese fantasma que persigue a la humanidad desde que tiene memoria: El aburrimiento. En su texto “La escuela del aburrimiento”, el escritor mexicano Luigi Amara, advierte sobre él:

*“Un día encontré el aburrimiento echado en mi sillón, las manos detrás de la cabeza, desparramado a sus anchas. Estaba allí, se diría que, esperándome, aunque en realidad no parecía esperar ya nada de nada. Me miraba fijamente sin curiosidad, sin emoción, y yo en cambio no podía sostenerle la mirada. Lo eludía y más bien me comportaba como si él no estuviera allí, en mi propio sillón, con esa pinta desenfadada de inquilino incómodo, con ese aire de desafío que adoptan los que ya no piensan irse nunca de la casa”* (Amara, 2012)

En la era actual, las necesidades de entretenimiento, ocupación del tiempo libre y apertura de nuevos espacios de esparcimiento, son enormes y es por eso que la economía cultural y creativa es hoy por hoy, foco de la política de los países.

Por último, dentro de estas transformaciones que se ha titulado aquí “La mirada de la economía se posa en la cultura” está un tercer punto no muy desconocido, pero a veces de poca atención para el sector económico. López Saldarriaga., L. T., & Bustamante Lozano., U. (2021) destacan como el sector cultural y creativo contribuye al afianzamiento de las identidades culturales, a la construcción de tejido social y a la transformación de estructuras de valores (Restrepo, J.A: 2022).

Un interesante ejemplo de este punto que Audretsch, Dohse y Niebuhr (2010) exponen en los determinantes de la actividad empresarial para unas regiones de Alemania entre 1998-2005, parten del supuesto de que el conocimiento, la diversidad y el acercamiento a la cultura tienen una relación positiva con la creación de empresas.

Las organizaciones creativas fortalecen los bienes culturales y crean patrimonio colectivo; producen desde la interdisciplinariedad, gestionan recursos desde alianzas estratégicas y redes colaborativas para la sostenibilidad de sus proyectos culturales; buscan generar procesos socioculturales que aporten a la transformación social; replican y comparten procesos culturales. En conclusión: Trabajar desde los principios y prácticas de la cultura libre implica una gestión más eficiente, debido a que desde allí se crea un capital común (López Saldarriaga., L. T., & Bustamante Lozano., U. 2021)

Es así como se tiene que la economía basada en la cultura está ocupando el centro, siendo una importante base de la producción mundial y del afianzamiento de las comunidades y sociedades; es por eso que existe la necesidad de girar la mirada hacia ella y generar transformaciones sobre su concepción e inserción a la economía de los pueblos; esto se

constituye como una oportunidad para cambiar la manera como se ha producido los diferentes bienes, pues todos los pueblos y organizaciones de base popular y asociativos, tienen bienes culturales para expresar y con los cuales dinamizar su economía y desarrollo vital.

Este viraje se enmarca dentro de lo que se denomina economía del conocimiento, la cual supone un cambio progresivo de la actividad económica de la base física de la producción (i.e. materias primas y manufacturas) hacia la base intelectual de la producción; producción basada en inversión en tecnologías de la información y/o educación superior, representando así un cambio de la economía de los tangibles a los intangibles. (Restrepo, J.A. 2022)

Según Arias Suárez, J. D., Asuaga, C., & Cano Mejía, V. (2021), en Colombia, particularmente los virajes industriales hacia lo cultural y creativo se conocen como ‘economía naranja’, que de acuerdo con la noción de Buitrago & Duque (2013) y posteriormente reforzado por el BID (2017), contempla un sector económico renovado centrado en el talento, la creatividad, la conectividad, el rescate de la propiedad intelectual y los derechos de autor, y el legado cultural regional.

La economía creativa supone los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual, tales como: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, televisión, radio y videojuegos (ConnectAmericas, s. f.). (Buitrago Restrepo, Felipe; Duque Márquez, Iván 2013)

El conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual, está compuesto por: i) la Economía Cultural y las Industrias Creativas, en cuya intersección se encuentran las Industrias Culturales Convencionales; y ii)

las áreas de soporte para la creatividad (Buitrago Restrepo, Felipe; Duque Márquez, Iván 2013, p. 40

Es así como se tiene que la economía del conocimiento, la economía creativa y las industrias culturales son los nuevos grandes sectores que jalonan las economías posfordistas, donde el conocimiento y la creatividad son el motor del desarrollo social en el marco del actual capitalismo cognitivo (Fumagalli, 2010; Sadin, 2018).

Dentro de los documentos y literatura especializada que fueron analizados, se encontraron una serie de estrategias para incorporar efectivamente a la cultura en la economía colombiana, pretendiendo responder cuáles son los lineamientos conceptuales que podrían guiar las políticas culturales.

## **Estrategias**

Dejando en claro, como actualmente a nivel mundial la economía ha fijado su mirada en la cultura, se quiere destacar a continuación cuatro estrategias que se encontraron a lo largo de la revisión de la literatura especializada y los documentos en torno a la economía popular en las culturas, las artes y los saberes en Colombia. Ahora bien, entendiendo la economía de la cultura como un constructo que comprende las relaciones económicas de las actividades, bienes y servicios culturales, lo cual desafía a un plexo importante de profesionales, organizaciones y disciplinas para lograr que lo cultural no se erija como un medio adicional de crematística atomizado en la industrialización. (Arias Suárez, J. D., Asuaga, C., & Cano Mejía, V, 2021).

En Colombia, desde el pasado gobierno, la economía ya había fijado su atención en la cultura, a través de la llamada “Economía Naranja”. De acuerdo al libro “La Economía Naranja, una oportunidad infinita”, escrito por Felipe Buitrago Restrepo e Iván Duque Márquez, y editado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Economía Naranja es como se denomina al conjunto de actividades que consisten en la transformación de ideas en bienes y servicios de carácter cultural, hace referencia al mundo de la cultura, la industria creativa y la creación de contenido. Se denomina, por tanto, universo naranja a todas aquellas actividades que transformen el conocimiento en un bien o un servicio que trate de fomentar, además del beneficio económico, el desarrollo de la cultura y la creatividad.

Por supuesto existen importantes diferencias frente a cómo el actual gobierno pretende llevar a cabo esta relación, puesto que intenta desarrollarla desde la economía popular. La idea de lo “popular” es tanto ambigua como ambivalente. Es ambigua porque, a veces, se considera que “el pueblo” incluye a todos, a toda la nación, pero, otras veces, solo a las clases subordinadas (la “gente común”). Es ambivalente porque algunos intelectuales, como los narodniks rusos, han admirado a la gente común, mientras que otros la han menospreciado, considerándola ignorante o incluso estúpida (Burke, P, 2022). En concreto, se trata de establecer una relación política que tenga en cuenta que las comunidades tienen líderes naturales, jerarquías, normas propias, territorios.

Tradicionalmente, los trabajadores de la economía popular han tenido una jerarquía social inferior, incluso respecto a otros trabajadores: el producto de su trabajo no es valorado, y sus actores no son tenidos en cuenta en la construcción de las políticas públicas; a los trabajadores de la economía popular, el Estado no los ha considerado como sujetos válidos en la construcción de la política pública pero, lo que se debe hacer es rescatar la solidaridad y reconocer los saberes, prácticas, y jerarquías de las comunidades.

Por tanto, los trabajadores populares son productores de bienes y servicios, quienes, como lo dice Pablo Chena, funcionario del gobierno argentino, están “más cercanos a las necesidades de la sociedad y menos enfocadas al consumo masivo” (Giraldo, C. 2021)

La economía popular propone volver rentable la cultura, no sólo para quienes la comercializan, sino para los propios artistas y los diferentes miembros de los eslabones de la cadena productiva, y para lograrlo se necesita, al igual que en otros sectores de la economía, el apoyo de la institucionalidad, el acceso a recursos de inversión, infraestructura, la formación y creación de políticas públicas que favorezcan y apalanquen su crecimiento, fortalecimiento y el desarrollo como sector económico, garantizando su protección como sector cultural (BBC, 2018).

El involucramiento y rol activo de la comunidad en la economía creativa se ha propuesto desde diversas perspectivas: para mitigar los efectos adversos de esta actividad económica en los residentes de un destino (Haywood,1988), como medio para la conservación ambiental y social (Inskeep, 1987; Dowling, 1993; Getz y Jamal, 1994), para la distribución de ingresos económicos (Scheyvens, 1999), para la participación social (Okazaki, 2008) y el uso o preservación del patrimonio cultural (Ruiz, 2009).

Este tipo de economía es integradora en la medida en que se convierte en una alternativa de cambio social por medio de la articulación de estrategias socioeconómicas, en beneficio de los sectores excluidos (Leiva. O. 2022). Es así como la cultura se entiende como un bien público que debe ser garantizado a toda la sociedad desde el Estado, en especial, desde la orilla de los planeadores en políticas públicas (Garcés Angulo, Hailyn Yurany, 2023).

Por otra parte, algunos cambios en la “administración” en pro de una economía popular de la cultura, son necesarios. Las empresas creativas y culturales tienen grandes potencialidades y oportunidades que pueden ser aprovechadas, a partir de su conocimiento, sus fortalezas y

debilidades. La gerencia de las llamadas organizaciones de economía creativa tiene grandes desafíos, dentro de los que se destaca el reto de diseñar e implementar estrategias para la sostenibilidad económica de las mismas.

Fortalecer la administración de estas empresas es un paso para consolidar una economía popular basada en la cultura, lo que implicaría la estructuración de procesos organizacionales, comunicativos y productivos. (López Saldarriaga., L. T., & Bustamante Lozano., U. 2021). Esta administración sería integradora en la medida en que se convierta en una alternativa de cambio social por medio de la articulación de estrategias socioeconómicas, en beneficio de los sectores excluidos. Implicaría para ello, la planificación participativa crítica, que abogue por la horizontalidad y el encuentro entre actores e investigadores en un ejercicio dialógico, valorando y promoviendo los procesos de aprendizaje común en tanto proceso pedagógico crítico. (Mair, 2012)

Dentro de este paso se identifica la necesidad de una contabilidad sociocultural que controle, represente y de cuenta de las nuevas realidades económico-culturales, establece desafíos de una vinculación técnica y disciplinar de la contabilidad con la economía de la cultura. La contabilidad cultural debe descolonizarse del constructo tradicional contable y actuar con las comunidades y las organizaciones en una perspectiva valorativa crítica frente al modelo neoliberal, que se centre en el sentir de los pueblos y sus manifestaciones culturales, (Cano Mejía, V., Arias Suárez, J. D., & Asuaga Taran, C. 2020).

Se contempla además que dentro de estas empresas es indispensable que se pueda contar tanto con un buen equipo de artistas como con un buen equipo administrativo que soporte cada puesta en escena y que, en conjunto consoliden un solo equipo de trabajo. Pretender que un artista se dedique al mercadeo, las ventas y la contabilidad que requieren

sus obras es condenarlo al fracaso, pues sus habilidades y competencias son generalmente unas y las requeridas para desarrollar los procesos en mención, son otras.

Para lograr cambios como los mencionados, se proponen acciones e iniciativas de promoción y gestión y desarrollar un trabajo de campo con actores detectados para exponer las estrategias de mercado y recoger la visión de conocedores del tema de cultura, para identificar estrategias de marketing, productos, tipos de consumidores y peculiaridades del mercado. Esto implica propiciar trabajo colaborativo entre Academia, Estado y Organizaciones culturales, articular la comunicación de la oferta cultural de los territorios, de manera que los públicos y consumidores puedan tomar decisiones para consumir actividades artísticas (Boorsma, 2006).

Por ejemplo, la gestión cultural puede generar oportunidades de desarrollo a partir de reconocer en el contexto, las prácticas, acciones y las sinergias para posicionar las creaciones culturales en escenarios de intermediación, negociación o promoción (Gómez, 2006), que requieren gestionar acciones para facilitar, promover, estimular, conservar y difundir las diferentes actividades y manifestaciones culturales (Catalán-Romero y González-Rueda, 2014). Es en este proceso, que entra el marketing cultural, donde las prácticas de comercialización, integran intermediarios como galeristas, subastadores y agentes que ponen a disposición de consumo o exhibición las creaciones que relacionan a creadores y artistas, con coleccionistas, audiencias o espectadores (Vesga, 2005).

Dentro lo que es la administración u organización de una empresa creativa o cultural, no se puede descuidar el hecho de que “el éxito económico es secundario al valor simbólico, en la competencia que se da por el capital cultural en la forma de reconocimiento, reputación y legitimidad” (Anheuser et al., 1995, p. 863). Esto es importante para el análisis contextual, ya que en muchas ocasiones se toma al sector cultural y creativo como otra forma

de generar lucro, y ello puede sepultar la mística sociohistórica de la cultura, cuando el valor simbólico *per se*, puede conseguir el objetivo industrial, y el papel del profesional debe ser su representación, protección y equilibrio (Arias Suárez, J. D., Asuaga, C., & Cano Mejía, V. 2021).

Sin importar su latitud de origen, ni sus bases epistémicas, las manifestaciones culturales son un fenómeno/proceso transversal en el mundo, sin embargo, la dimensión económica de muchas de estas expresiones se ha reducido a la mera contribución material: su aporte al empleo, a la generación de ingresos y a la producción local de bienes y servicios soslayando entre otras cosas, la faceta de la participación cultural de la población (Cabrera, 2017). Es importante que las dimensiones culturales estructurantes de los procesos sociales, se alejen de la noción de cultura instrumental y funcional, pues visto de esta manera solo se continuará fortaleciendo la inclusión al mercado, pero no la inclusión social. Es preponderante trabajar por la memoria. (Gallo Acosta, J., & Quiño Useche, A. 2021)

La predominancia de ideas provenientes de la industria cultural están inclinando las políticas culturales hacia un enfoque económico utilitarista de corte extractivo, una tendencia que puede ocasionar impactos profundos en las condiciones socioeconómicas del sistema cultural nacional; sobresalen las perspectivas cuantitativas en cuanto al desarrollo de trabajos sobre la medición del impacto económico de la cultura, los determinantes del consumo cultural, el análisis del comportamiento económico de sectores específicos y la construcción de metodologías y baterías de indicadores para ejecutar el seguimiento de las Cuentas Satélites de Cultura.

La cultura comporta dimensiones más amplias que solo la política o la económica, tiene una faceta simbólica, pues se entiende como la serie de elementos que dota de identidad a un grupo de personas, a la vez que se asume como un derecho humano en el marco de un

Estado social de derecho. En momentos en que los debates sobre multiculturalidad proponen el justificado vaciamiento de la cultura a manos de la *hipercultura* globalizada contemporánea (Han, 2018; Lipovetsky y Serroy, 2010), palidecen las propuestas de los más reputados teóricos de la economía cultural (Florida, 2002; Hutter y Shusterman, 2006; Throsby, 2001), (Garcés Angulo, Hailyn Yurany, 2023).

No obstante, como algo de recompensa sobre el valor de simbólico de la cultura, se puede hablar, por ejemplo, de la incursión de variadas agrupaciones musicales del pacífico rural, sur y campesino, en el Festival Petronio Álvarez, lo que ha contribuido a que sus miembros adquieran más conocimientos con respecto a la tradición de sus músicas y prácticas, así mismo fomentando que aumente el interés por recuperar dichas prácticas tradicionales y transmitirlos. Jiménez Castaño, N. (2017). Muchos artistas reconocen en estos sucesos una manera de retribuir todo el valor simbólico de su labor.

En lo que la economía popular y cultura se refiere, es importante destacar un último aspecto esencial y es el referido a la formación de público. Existe un conjunto de factores estructurales que inciden en la participación cultural; estos factores también pueden evaluarse con variables enfocadas a la demanda y oferta cultural, siendo, en primer lugar, la inserción de la educación artística en el currículo para cultivar la demanda y la disponibilidad de recursos distintos a los ingresos (como infraestructura cultural) y, en segundo lugar, la aplicación de políticas que generen ambientes propicios para la creación y la expresividad (Aguado y Palma, 2015).

Algunas de las investigaciones reseñadas muestran que en Colombia existen amplias brechas inter e intra ciudades que se asocian al capital cultural, el género, el tiempo de ocio, y a otras consideradas estructurales, como el estatus socioeconómico, la pobreza y el lugar de

residencia, haciendo ver cómo, en muchos territorios, se hace necesario ampliar el acceso a la vida cultura de los sectores más rezagados. Menor participación de quienes atienden obligaciones en los hogares y de los grupos de mayor edad de la población muestran el margen de acción de la política cultural para promover la participación de grupos excluidos de la experiencia cultural (Espinosa Espinosa, Aaron, 2022).

Aunque se ha presentado una perspectiva empírica de la participación, hay que considerar que los resultados también dependen de cómo se distribuyen las expresiones festivas en los territorios, del tiempo y la intensidad de duración de estas festividades. Las variables que miden el efecto de los factores estructurales son la pobreza, la localización urbana y la condición de ruralidad de la población. Estas variables, permiten controlar efectos del contexto inmediato del individuo que pueden afectar su valoración de la participación cultural como vehículo que mejora sus condiciones de vida (Espinosa Espinosa, Aaron, 2022). Por su parte, la educación representa un medio para adquirir ‘habilidades para el consumo’ de las artes y otras expresiones culturales.

### **Culturas festivas y Economía Popular**

Un escenario donde puede observarse claramente las prácticas de economía popular en las culturas, las artes y los saberes, corresponde a la Cultura Festiva del país, partiendo de sus formas organizativas y de los agentes culturales que la configuran, de los lenguajes diversos con los que las comunidades interpretan sus entornos, re significan sus legados y plantean preguntas de pasado, presente y futuro.

La Cultura Festiva se disemina a lo largo de territorio colombiano, existen festivales de gran envergadura y comercialización, hasta fiestas tradicionales y alternativas, de gestión comunitaria y popular, como es, por ejemplo, el festival “Bandola” en Sevilla, Valle del Cauca. El acceso del público a ellos depende cómo se distribuyen las actividades festivas en los territorios, del tiempo y la intensidad de duración de las festividades (Espinosa Espinosa, Aaron. 2022).

Así las cosas, la fiesta se entiende como la representación de lo social, marcada además por fuertes significados simbólicos. En ella se manifiestan los diseños de la convivencia, el conjunto de reglas que orientan la vida en común, las jerarquías como las discriminaciones y exclusiones.

Es además ritual "pauta de acción colectiva, formal, repetitiva y convencionalizada, irreductible a una explicación en términos de medios/fines. Al respecto, la literatura antropológica ha iluminado numerosos perfiles de la fiesta (en particular aquellas calificadas como "populares", "tradicionales" o "comunitarias"):

(a) la activación periódica de sistemas de reciprocidad e interdependencia; (b) la constitución y renovación de redes familiares y vínculos personales; (c) la marcación de territorio; (d) el desdibujamiento de las fronteras sociales o su intensificación; (e) la expresión de lealtad a grupos de referencia o pertenencia; (f) la coordinación de ciclos temporales; (g) la reproducción de distinciones simbólicas necesarias para la supervivencia cultural del grupo; (h) la producción de experiencias liminales de hermandad, comunión, reciprocidad o respeto entre sus miembros; (i) la teatralización de la continuidad social; (j) la congregación en torno a símbolos sagrados.

Además de los anteriores perfiles de las expresiones festivas del país, es pertinente afirmar que:

Si la sociedad se expresa en un acontecimiento cultural como fiesta, lo social de ella no se puede separar de los análisis de su impacto económico. Muchas de las variables económicas son en sí mismas signos sociales muy importantes. Por ejemplo, el número, las características y el tipo de actividades realizadas por los visitantes muestran la identificación de la fiesta, su grado de interacción, los sentidos de representación pública de la celebración, las referencias simbólicas que usan para establecer un diálogo con los extraños, etc. (Pizano, O. & at, 2004, pág. 108).

Con ello se plantea la relación entre las culturas festivas y las economías populares, encontrando diversas sinergias en tanto: movilización de recursos, ingresos, gestos asociativos, redistribución, intercambio; las cuales constituyen un de las prácticas de economía popular más relevantes en las culturas festivas del país. Lo económico es constitutivo de las fiestas y festivales, es su principal motivación, de ahí se desprenden otras motivaciones igualmente significativas, asociadas a lo simbólico, a un entramado de significados que le dan sentido a la vida social de quienes participan de estos escenarios vitales, en especial a los agentes festivos, sus familias y círculos sociales próximos.

Además de las anteriores prácticas, en las fiestas es clave identificar los roles asociados a quienes asumen los gastos y las ventas alrededor de distintas actividades complementarias.

Por ejemplo:

Los gastos o la proporción de ventas de los negocios proporcionan elementos claves para comprender el grado de variedad de los componentes culturales de las fiestas, desde las comidas hasta los juegos, desde la participación en actos públicos hasta las manifestaciones religiosas, la danza, o la preparación de las comparsas. (Pizano, O. & at, 2004, pág. 108).

## **Cultura Festiva en el Norte del Valle del Cauca, Colombia.**

Cómo se mencionó anteriormente, el proyecto Cultura Festiva es desarrollado por la Dirección de Estrategia, Desarrollo y Emprendimiento, liderado por el equipo de Economía Popular y busca identificar y caracterizar las prácticas de Economía Popular en las Culturas, las Artes y los Saberes en el marco de ferias, fiestas, festivales, mingas, convites y juntanzas en 10 regiones de Colombia.

Durante el primer semestre del año 2023 se realizó este ejercicio en el municipio de Tuluá, Valle del Cauca, encuentro que congregó a todos los festivales del Norte del Valle. A través de este encuentro se buscó caracterizar y diagnosticar la Cultura Festiva encontrando información relevante en cuanto a: Formas de sostenibilidad económica y financiera, Memorias de resistencia, procesos autogestionados, establecimiento de redes, formas diversas de organización y asociatividad con propósitos políticos y económicos claros, dinámicas y/o propuestas propias de circulación.

En el marco de develar las relaciones entre las culturas festivas y las economías populares en las artes, las culturas y los saberes, se plantean los siguientes hallazgos:

- La importancia de las economías populares y culturales como patrimonio que debe ser preservado.
- La necesidad de brindar herramientas y apoyo a las comunidades afro para fortalecer su identidad y conocimientos ancestrales, para fortalecer la re-distribución de la riqueza simbólica.

- La importancia de la formación cultural continua y la creación de espacios acogedores para el desarrollo de las artes y saberes. Esta formación debe ser en este tipo de economías "sin formación política no hay economía popular".
- La necesidad de estructurarse adecuadamente desde diferentes tipos de formas organizativas y asociativas, para poder acceder a apoyos y recursos nacionales, públicos e internacionales.
- La economía popular y solidaria puede generar beneficios tributarios y condiciones especiales en ciertos territorios, lo que la convierte en una opción viable para emprender proyectos.
- Es necesario que el Ministerio como cabeza de sector genere condiciones para que esto sea una política de Estado.

Además, se presentan conclusiones de acuerdo a las categorías- *orientadoras* seleccionadas para caracterizar y desglosar las relaciones entre economía popular y expresiones festivas, distribuidas y planteadas de la siguiente manera:

#### **Asociatividad:**

- ✚ Se menciona la importancia de la asociatividad entre actores culturales, comunidades y territorios para fortalecer la economía popular y cultural.
- ✚ Se destaca la necesidad de promover la colaboración y el trabajo conjunto entre diferentes sectores, como el campo educativo y el ministerio de cultura, para promover el proyecto transversal de afrocolombianidad.
- ✚ Se resalta el papel de los maestros y personas involucradas en la educación en la promoción y valoración de la cultura.

- ✚ Se resalta la importancia de la asociatividad en la generación de recursos para proyectos.
- ✚ Se menciona la necesidad de capacitar y formarse en procesos de asociatividad y cooperativismo.
- ✚ Se reconoce que la asociatividad requiere una formación política sólida y principios basados en la solidaridad.

### **Redistribución:**

- ✚ Se menciona la importancia de redistribuir el conocimiento y los saberes culturales para su valorización y difusión.
- ✚ Se resalta la necesidad de reeducar socialmente y cambiar la percepción negativa asociada a la música agropecuaria y al campesinado.
- ✚ Se destaca la importancia de reivindicar al campesinado y abordar los desafíos sociales y económicos que enfrentan.
- ✚ Se destaca la importancia de compartir y redistribuir el conocimiento y experiencias exitosas de cooperativas y proyectos de economía popular.
- ✚ Se plantea la necesidad de fortalecer el trabajo con las comunidades en el ámbito cultural y social, garantizando la continuidad de los proyectos a largo plazo.
- ✚ Se expresa la inquietud sobre el plan y las propuestas del Ministerio de Cultura para el avance y desarrollo de las prácticas culturales, buscando un trabajo conjunto para el beneficio de las comunidades.

## **Reconocimiento:**

- ✚ Se menciona que el actual gobierno ha mostrado interés en las economías populares, lo cual es una apuesta política diferente a gobiernos anteriores. Se enfatiza la necesidad de organizarse, participar y tener incidencia social y política para generar cambios reales. También se resalta la importancia de ampliar los espacios de diálogo y convocatoria a otros municipios, evitando la exclusión de los más pequeños
- ✚ Se menciona que el proceso de cambio es a largo plazo y que es necesario trabajar en las expectativas. Se habla sobre la selección de los territorios y la responsabilidad técnica en la elección de los participantes en la reunión. Se destaca la importancia trabajar con las redes autónomas ya existentes.
- ✚ Se resalta la importancia de la redistribución de conocimientos y la colaboración entre los participantes, y se menciona una revista local que difunde la actividad artística y cultural del municipio. Se plantea la idea de contar lo que se está haciendo y cómo se está haciendo, superando el temor a que otros imiten o se aprovechen de ello  
Además, se menciona la necesidad de tener estrategias educativas para valorar la cultura, el arte y los saberes. Se habla de la resignificación narrativa y de la importancia de compartir y difundir las actividades artísticas y culturales de la comunidad.

## **Fortalecimiento y sostenibilidad:**

- ✚ Se mencionan experiencias relacionadas con el turismo cultural y de naturaleza en el ámbito urbano y rural, y se plantea la necesidad de articular el turismo con las prácticas de economía popular

- ✚ Se señala la falta de conexión entre el turismo y las necesidades y prácticas de economía popular, y se destaca la necesidad de reeducación social para cambiar la mirada hacia el territorio y combatir la estigmatización.
- ✚ Se recomienda establecer alianzas y conexiones entre el Ministerio de Cultura, empresas privadas y otras organizaciones para apoyar y financiar proyectos culturales. De generar mercados culturales dirigidos a empresas que busquen financiar proyectos culturales como ferias, fiestas y festivales.
- ✚ La necesidad de facilitar el acceso a recursos y financiamiento para los gestores y artistas culturales, evitando dependencias de contactos personales o familiares.

### **Culturas festivas – Economía Popular y conflicto armado.**

Superando un poco la visión centrada en la economía y el usufructo cultural, tratando de no caer en el desprecio del valor simbólico de las artes y saberes que esta fiestas promueven, en este punto a manera de una muy somera exploración, se quiere reflexionar acerca de las motivaciones que las festividades en el país pueden tener en torno al conflicto armado. Se presentan dos posiciones, a saber, la cultura festiva como resistencia y como alegoría al conflicto.

Duque Suárez, León Felipe, Tobón Restrepo, Alejandro, & Vidal Rendón Marín, Héctor (2022) en su artículo *Anclajes en la cultura popular antioqueña de Colombia* muestran como desde la teoría de las representaciones sociales, el narcotráfico, como núcleo central, usó la trova para anclarse, y esta se volvió una representación periférica que cumplió, en parte, cierta función protectora de ese núcleo. Estos relatos dan cuenta de la injerencia del

narcotráfico en ámbitos específicos del acontecer cotidiano de la sociedad antioqueña: lo privado, la fiesta y el escenario más representativo de la trova, amén de las conexiones con los íconos de la cultura popular, como reinas, artistas y trovadores.

Otro ejemplo lo constituye la música de despecho, tradicional de las fiestas de Antioquia y el Eje Cafetero, la cual pasó de líricas sobre la rebeldía a líricas de (des)amor”, alcohol, sexo, apología a la violencia, ira, traición, melancolía, arrepentimiento, tristeza, depresión e incluso, en ocasiones, ideaciones suicidas. (Pazos, Mateo y Giraldo, Sebastián, 2019), es posible pensar que estos trasegares artístico- musicales, se han amalgamado con las lógicas de mercado y consumo en la región y el país y que además, ha construido en las personas algo de sus formas puntuales de afrontar el amor, la frustración y otras emociones relacionadas.

Por otro lado, desde del conocimiento hondo de la cultura de los pueblos se puede comprender el conflicto armado, sus causas y dobleces individuales y colectivas, así como las marcas y resistencias. El conflicto ha dejado en el país una rastro de lesionadas abiertas ante las cuales las comunidades, en su búsqueda de verdad y sanación, han encontrado en el arte y la expresión simbólica un lugar de denuncia, acogida y dignificación. En cualquier lugar de Colombia se escuchan estas voces, se ven estos cuerpos, se sienten las energías de esperanza en medio de la violencia.

Un ejemplo de esta tendencia de resistencia de las Fiestas del país, son las referidas a las Culturas Festivas de Tuluá, Valle del Cauca, en donde esta cultura ha ayudado no solo a la sostenibilidad económica, sino a la construcción de reconciliación y paz. Sus eventos no hacen parte de la cultura hegemónica y tienen principios de economía popular, propia, solidaria, alternativa y/o todas las anteriores. Los y las participantes se identifican como practicantes de las economías populares desde tiempos muy anteriores a este. El grupo

desarrolla una idea sólida sobre la fuerza que tienen las comunidades y grupos para sostener formas alternativas desde la creatividad, el arte y los saberes para satisfacer necesidades básicas como alimentación, vivienda, educación. Se reconoce que se mueve una cantidad considerable de dinero en torno a las actividades y eventos culturales. Se observa que la redistribución de los ingresos generados por los eventos culturales no está equilibrada. Se mencionan casos donde los beneficios económicos se quedan en el comercio local y en la logística, mientras que los gestores culturales no reciben una distribución justa.

La Estrategia cultural y artística es parte del proceso ineludible para la visibilización de las dimensiones éticas y estéticas de las comunidades, la visibilización de sus cosmovisiones y un primer paso hacia las transformaciones estructurales, institucionales y culturales que deben darse en el país para la consecución definitiva de la paz. En Tuluá respecto al tema, reconocen que el actual gobierno ha mostrado interés en las economías populares, lo cual es una apuesta política diferente a gobiernos anteriores. Se enfatiza la necesidad de organizarse, participar y tener incidencia social y política para generar cambios reales.

Sea cual fuere las motivaciones de las culturas festivas en el país, no se puede desconocer su valor terapéutico que ayuda al olvido, no a la represión. “Las grandes minorías significan para las sociedades los nodos para reconstruirse en lo simbólico, buscar esos orígenes que permitirán que como nación nos reinventemos, de lo contrario, la inercia y la falta de coherencia, así como el desgaste emocional por intentar cambiar generación tras generación y no lograrlo, solo facilitará que se enraícen procesos de odio que prometerán retorno de lo dolorosamente excluido” (Gallo Acosta, J., & Quiño Useche, A. 2021).

La fiesta explicita simbólicamente diferencias históricas, ya sean económicas, étnicas, raciales o de género, muestra con la veracidad de la ironía o del histrionismo, la composición de los actores sociales, sus rangos, poder y ascendencia comunitaria; revela las afiliaciones o los gestos de discriminación. Es la expresión cultural de la pertenencia a un espacio por parte de personas, individuos y colectividades. Esto implica la forma en que se perciben a sí mismos y a los otros, lo que a su vez tiene que ver con la manera en que se relacionan entre ellos, con los otros y con instituciones. Son procesos en el tiempo nunca acabados y se van conformando no sólo por dinámicas propias o endógenas, sino también por diversas y plurales miradas y perspectivas que vienen de otros.

### **Conclusiones y recomendaciones**

Este recorrido expone la relación de temáticas inexploradas, pero que se ha mostrado necesita especial atención, para avanzar en la exploración de estudios, perspectivas, métodos, teorías y campos de acción que sustenten la importancia de imbricar a la economía popular en las culturas, las artes y los saberes; es pertinente, válido y, sobre todo, necesario investigar sobre el tema y para ello se requiere vincular esfuerzos investigativos transdisciplinarios, una perspectiva sistémica y una óptica compleja para sus futuros análisis.

Este artículo ha mostrado la centralidad y posibilidades conceptuales, de la economía popular y la cultura, haciendo hincapié en la miopía de muchos campos de investigación para abarcar este tema y la necesidad de generar políticas públicas alrededor de su beneficio para la nación y las comunidades. Así las cosas, y derivado de los distintos análisis que se plantearon en relación al tópico culturas festivas y políticas públicas, se postulan las

siguientes recomendaciones a tener en cuenta en la planeación de programas y proyectos para el reconocimiento, fortalecimiento, asociatividad y sostenibilidad de las culturas festivas del país:

- Fomentar el reconocimiento y el fortalecimiento de las economías populares en las artes, las culturas y los saberes teniendo como punto de partida las apuestas organizacionales y la labor de los agentes festivos del país, desde la creación de procesos de formación en economías populares (asociatividad y cooperativismo) e impulso de ejercicios de circulación cultural con respecto a la cualificación de los escenarios de difusión, y democratización en el acceso a recursos y participación en: centros culturales, clubes, sociedades de fomento, espacios museales, conciertos, ferias y festivales.
- Impulsar la realización de festivales locales, regionales, autogestionados y de base popular a través del apoyo al mejoramiento de los procesos de asociatividad presentes en las expresiones festivas, a través de la colaboración y el trabajo colectivo, mejoras significativas en el acceso a recursos, fomento de la capacidad de negociación, construcción de redes y alianzas (tanto con entidades públicas como con el sector educativo) mejorando así la eficiencia de estas expresiones y la productividad al interior de los espacios festivos. Todo ello con un sentido de justicia y con miras a la redistribución del capital económico y cultural.
- Brindar especial atención a aquellas expresiones festivas que han resultado en el marco o en ocasión del conflicto armado en el país, que han surgido en contextos locales y regionales con presencia de grupos armados ilegales y cuyos repertorios de violencia han ocasionado un daño cultural significativo, resultado del cual se crean

expresiones festivas para liderar procesos de reconstrucción del tejido social, construcción de paz y escenarios de paz y reconciliación, con propósitos políticos y económicos claros. Por ejemplo: Concurso Canción por la Paz, en Sogamoso, Boyacá; Festival Audiovisual de los Montes de María, entre otros.

- Crear una estrategia de relacionamiento e intercambio de experiencia entre los actores festivos (a través de una estrategia propia de circulación) y sus festivales para impulsar variadas formas de sostenibilidad económica y financiera que permita la continuación de los procesos y construya garantías de permanencia cultural de estos escenarios así como el mejoramiento de la calidad de vida de sus hacedores (turismo cultural, residencias en festivales, entre otras).
- Crear una ruta de atención especial a los agentes festivos y a las expresiones festivas cuyos hacedores sean población negra, afro, raizal y palenquera; indígena, ROM y campesinos; implementar el Enfoque Diferencial desde el inicio de la formulación de propuestas, y contar con la autorización de las autoridades étnicas de cada pueblo mencionado. Además, garantizar el cuidado de las áreas de especial protección ambiental y evitar la acción con daño a las cosmovisiones y cosmogonías de los pueblos étnicos líderes de festivales, tales como: Festival de expresiones culturales de San Basilio de Palenque, Bolívar; Festival del Bullerengue en Puerto Escondido, Córdoba, Festival Yurupary de Oro, Guaviare, ente otros.

## **Referencias**

Annayeskha, G. González, B. (2020). Economía del siglo XXI: Economía naranja. Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. XXVI, núm. 4, 450-464.

- Amara, L. (2012). La escuela del aburrimiento. México: Sextopiso.
- Arias Suárez, J. D., Asuaga, C., & Cano Mejía, V. (2021). Contabilidad, economía de la cultura y sectores creativos: necesidades y desafíos de una vinculación técnica y disciplinar. Cuadernos de Contabilidad, 22, 1-16. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc22.cecs>
- Aristizabal, J. C. (2022). El Chocó y las mitologías del oro. Tabula Rasa, 43, 297-322. <https://doi.org/10.25058/20112742.n43.13>
- Buitrago Restrepo, Felipe; Duque Marquez, Ivan: “The Orange Economy: an Infinite Opportunity.” Inter-American Development Bank. 2013.
- Burke, P., (2022). Roger Chartier y la historia de la cultura popular. Prismas - Revista de Historia Intelectual, 26(2), 156-167. <https://doi.org/10.48160/18520499prismas26.1304>
- Cano Mejía, V., Arias Suárez, J. D., & Asuaga Taran, C. (2020). Contabilidad cultural: un campo emergente enfocado en salvaguardar el patrimonio cultural. Revista Científica General José María Córdova, 18(31), 651–672. <https://doi.org/10.21830/19006586.605>
- Del Pino Díaz, D. (2023). Pierre Bourdieu veinte años después de su desaparición: entre la cultura popular y la desposesión cultural. Estudios Sociológicos De El Colegio De México, 41(121), 227–240. <https://doi.org/10.24201/es.2023v41n121.2335>
- Díaz-Díaz, N., Fajardo, E., & Romero, H. (2021). Cultura y emprendimiento en Colombia: un estudio correlacional para el 2017. Cuadernos Latinoamericanos de Administración, 17(33). <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v17i33.3688>
- Duque Suárez, León Felipe, Tobón Restrepo, Alejandro, & Vidal Rendón Marín, Héctor. (2022). Anclajes en la cultura popular antioqueña de Colombia. El caso de la relación trovanarcotráfico en las últimas décadas del siglo XX. Población y sociedad, 29(2), 187-214. <https://dx.doi.org/https://doi.org/10.19137/pys-2022-290208>

Espinosa Espinosa, Aaron. (2022). La participación ciudadana en fiestas populares del Caribe colombiano: análisis cuantitativo del Carnaval de Barranquilla y las Fiestas de Independencia de Cartagena. *Memorias: Revista Digital de Historia y Arqueología desde el Caribe*, (46), 49-80. Epub April 30, 2022.<https://doi.org/10.14482/memor.46.394.26>

Gallo Acosta, J., & Quiño Useche, A. (2021). Del retorno de lo reprimido a la articulación hegemónica de los excluidos por el conflicto armado en Colombia. *Tesis Psicológica*, 16(1), 266-275. <https://doi.org/10.37511/tesis.v16n1a13>

Garcés Angulo, Hailyn Yurany. (2023). Entre la política y la economía: las políticas de industrias culturales en Santiago de Cali, Colombia. *Revista Guillermo de Ockham*, 21(1), 251-271. Epub January 26, 2023.<https://doi.org/10.21500/22563202.5808>

Giraldo, C., (2021). Equidad: la lucha contra la pobreza no lasta. *Papel Político*, 26( ), 1-19. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.papo26.elcp>

Hugo Céspedes A.; "Crowdsourcing: Descubre las Principales Plataformas", *Crowdemprende*; "7 Mejores Plataformas de Crowdsourcing de 2022 (Guía Definitiva)",

Jiménez Castaño, N. (2017). Prácticas musicales afro descendientes de Santander de Quilichao Cauca y su relación con el Festival Petronio Álvarez: un estudio sociológico. Universidad del Valle.

Leiva. O. (2022). El investigador social frente a la planificación turística basada en la comunidad: un balance desde la literatura académica. *Turismo y Sociedad*, vol. XXX, pp. 191-209. DOI: <https://doi.org/10.18601/01207555.n30.10>

Londoño-Cardozo, José, & Tello-Castrillón, Carlos. (2022). La Economía Colaborativa: propuesta de bases conceptuales para su estudio. *Entramado*, 18(2), e202. Epub October 10, 2022.<https://doi.org/10.18041/1900-3803/entramado.2.7872>

López Saldarriaga., L. T., & Bustamante Lozano., U. (2021). Lineamientos para gestionar el valor colectivo de la cultura desde organizaciones creativas de cultura libre. NOVUM, revista de Ciencias Sociales Aplicadas, 2(11), 10-26.

López Saldarriaga, L.T., y Bustamante Lozano, U. (2021). Lineamientos para gestionar el valor colectivo de la cultura desde organizaciones creativas de cultura libre. NOVUM, 2(11), pp. 10 - 26.

Muñoz, Paloma (2008). Tensión entre las “músicas tradicionales” y las “músicas populares”: Paisaje sonoro del sur del Cauca. Signo y Pensamiento, XXVII(52),120-133.. ISSN: 0120-4823. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86005209>

Naciones Unidas. (2022). Perspectivas de la Economía Creativa 2022. Ginebra: UNCTAD.

Pazos, Mateo y Giraldo, Sebastián. (2019). “Me siento muy hembra pa’ llorar por un ‘güevon’”: Despecho y representaciones de género en la música popular colombiana. Revista Interdisciplinaria de Estudios de Género de El Colegio de México, 5, 29 de julio de 2019, e401, <http://dx.doi.org/10.24201/reg.v5i0.401>

Restrepo, J.A. (2022). Educación musical y economía del conocimiento. Una revisión sistemática de literatura. Revista Perspectiva Empresarial, 9(1), 45-55

Rojas De Francisco, L. (2021). Las estrategias de mercado del ecosistema de gestión de las artes plásticas y visuales en Medellín. Calle 14 revista de investigación en el campo del arte, 16(30), 312–328. <https://doi.org/10.14483/21450706.18303>