



Artículo de Reflexión E27A05. ❖ Institución Universitaria de Envigado ❖ Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín. ❖ Recibido: 02.05.2025. ❖ Aprobado versión final: 12.08.2025.
JEL: M14, P29, K20 ❖ doi: 10.33571/teuken.v16n27a2

Aproximaciones epistemológicas en torno a la gestión cultural y creativa. Análisis dialéctico-conceptual desde la economía de la cultura.

**Vanessa Cano Mejía - Juan David Arias Suárez
Ruth Verónica Muriel López
COLOMBIA**



Vanessa Cano es Doctora en Administración y Organizaciones de la Universidad de Antioquia, Magíster en Contabilidad Internacional y de Gestión de la Universidad de Medellín, Contadora Pública del Politécnico Colombiano y Docente de la Institución Universitaria de Envigado.

Contacto: vcano@correo.iue.edu.co

ORCID: 0000-001-6084-668X



Juan David Arias cursa Doctorado en Administración de la Universidad EAFIT, es Magíster en Contabilidad Financiera y de Gestión de la Universidad de Antioquia, Contador Público del Politécnico Colombiano y Docente del Instituto Tecnológico Metropolitano, en Medellín, Colombia.

Contacto: juanarias@itm.edu.co

ORCID: 0000-0002-4218-953X

Resumen: el presente artículo hace una aproximación analítica a las bases epistemológicas en torno a la gestión cultural y creativa, así como sus implicaciones en la tradicional economía de la cultura. La cultura es un concepto polisémico que evoca expresiones materiales e inmateriales; por ello, en el documento se discuten las propuestas de la economía de la cultura, sus vínculos interdisciplinarios y la creatividad como una variable orgánica para sedimentar un corpus teórico-conceptual polifónico sobre lo cultural. Mediante un método de revisión narrativa de la literatura especializada, se establecen relaciones y se contrastan argumentos asociados al devenir contemporáneo del sector cultural. Los hallazgos y resultados muestran las diferentes categorizaciones del campo cultural, las tensiones institucionales, la impertinencia epistémica y metodológica del concepto de economía naranja y las potencialidades de la creatividad e innovación, en la gestión contemporánea de lo cultural y lo creativo.

Palabras clave: economía de la cultura, cultura, creatividad.

Epistemological approaches around cultural and creative management. Dialectical-conceptual analysis from the economy of culture.

Abstract: This paper makes an analytical approach to the epistemological bases around cultural and creative management, as well as its implications in the traditional economy of culture. Culture is a polysemic concept that evokes material and immaterial expressions, for this reason the document discusses the proposals of the economy of culture, its interdisciplinary links and creativity as an organic variable seeking to sediment a polyphonic theoretical-conceptual corpus on the cultural. Through a method of narrative review of specialized literature, relationships are established and arguments associated with the contemporary evolution of the cultural sector are contrasted. The findings and results show the different categorizations of the cultural field, the institutional tensions, the epistemic and methodological impertinence of the concept of orange economy, and the potentialities of creativity and innovation in the contemporary management of the cultural and the creative.

Keywords: economy of culture, orange economy, cultural management, creative management, culture.

Abordagens epistemológicas sobre a gestão cultural e criativa. Análise dialético-conceitual a partir da economia da cultura

Resumo: este artigo faz uma abordagem analítica dos fundamentos epistemológicos da gestão cultural e criativa, bem como de suas implicações para a economia tradicional da cultura. A cultura é um conceito polissêmico que abrange tanto expressões materiais quanto imateriais; por essa razão, o texto discute as proposições da economia da cultura, suas articulações interdisciplinares e a criatividade como variável orgânica, buscando estabelecer um corpus teórico e conceitual polifônico sobre a cultura. Por meio de uma revisão narrativa da literatura especializada, o trabalho estabelece algumas relações e apresenta argumentos contrastantes associados à evolução contemporânea do setor cultural. Os achados e resultados revelam as diversas categorizações do campo cultural, as tensões institucionais, as limitações epistêmicas e metodológicas do conceito de economia criativa (economia laranja), bem como as potencialidades da criatividade e da inovação na gestão contemporânea dos setores cultural e criativo.

Palavras-chave: economia da cultura, cultura, criatividade

Introducción

La contemporaneidad es una época colmada de diferentes transformaciones económicas, políticas, sociales, culturales, éticas y estéticas, producto de la expansión del capitalismo neoliberal y financiarizado (Fraser, 2023; Lazzarato, 2020; Laval y Dardot, 2017). Las diferentes relaciones que se forjan entre la cultura, la Naturaleza, las organizaciones, el Estado y la sociedad, como pilares que constituyen nuevos paradigmas y complejidades en el campo de las disciplinas y los saberes, requiere de ampliar los conocimientos paradigmáticos y socialmente instituidos para aportar mayor comprensión de los fenómenos económicos y socioculturales (Hall, 1997; Wright, 1998). De forma particular, áreas como la economía, la geografía, la sociología, la contabilidad, la administración, los estudios culturales y la antropología presentan mixturas interdisciplinares para abordar procesos y fenómenos complejos como la cultura y sus derivados, cuya dimensión socioeconómica actual ha tomado un rol activo en la dinámica societal.

La cultura, su legado y sus diferentes expresiones materiales e inmateriales son diversas, representan la idiosincrasia de una nación y generan sensaciones y apropiaciones sociales singulares e invaluable. Aun así, en el desarrollo sociohistórico, diferentes saberes han tratado de monetizar, valorar y controlar los bienes y servicios que emanan de las actividades basadas en la cultura, pero con fines de lucro que ponen en tensión la esencia de la cultura y su salvaguarda en el tiempo. De hecho, actualmente las expresiones de la cultura son mercantilizadas como objetos o espectáculos rentísticos, pensadas como espacios sociales de control simbólico y gestionadas como corporaciones e industrias culturales (Quijano, 2022; Gnecco, 2018; Haiven, 2014; Yúdice, 2002).



Ruth Verónica Muriel es Licenciada en Educación Artística, Magíster en Educación y Pedagogía de la Universidad Pontificia Bolivariana y Directora de Investigación e Innovación de la Institución Universitaria de Envigado.

Contacto: ruth.muriel@iue.edu.co

ORCID: 0000-0002-2813-5682

Como dimensión sociohistórica, la contemporaneidad problematiza las variables empíricas que demuestran múltiples cambios en las formas de gestionar la cultura, al reconocer que el ámbito cultural va más allá de lo económico y mostrar nuevas variables de creatividad, innovación tecnológica y simbolismo que es necesario analizar.

La dimensión creativa de la cultura y sus productos siempre han estado presentes; no obstante, en los paradigmas emergentes de gestión cultural que promueven la cultura como un recurso monetizable, la gestión creativa de los fenómenos culturales ha tomado fuerza en las agendas económicas globales (UNESCO y PNUD, 2014) y requiere de diferentes vertientes epistémicas que comprendan su rol social desde la gestión. De allí que surjan los siguientes cuestionamientos orientadores: ¿cuáles son las vertientes epistemológicas que actualmente existen en torno a la cultura?, ¿cómo la gestión de lo cultural y lo creativo es abordado en la contemporaneidad? y ¿la economía naranja tiene suficientes bases epistémicas y metodológicas para resignificar la economía de la cultura?

Desde otrora, la economía en su perspectiva neoclásica ha tenido una rama disciplinar enfocada en el estudio de la cultura, pero principalmente encaminada a la valorización monetaria de los bienes y servicios culturales (Throsby, 2010) que se generan en una sociedad regida por el capital y que permite diferentes tipos de valoración monetaria y no-monetaria. Bocella y Salerno (2016) presentan los impactos positivos y los efectivos multiplicadores en el empleo y la activación de la economía generados por la economía de la cultura, lo que da cuenta de la importancia de esta rama del conocimiento.

Por ello es clave recordar que la cultura tiene más de 50 años en la historia del pensamiento económico (Aguado, Palma y Pulido, 2017); desde la obra de Baumol y Bowen (1966), la discusión académica e incluso empresarial sobre la ubicación del sector cultural en el campo económico no ha cesado. De hecho, es en la industria cultural en la que la ciencia económica ortodoxa ha encontrado mayor comodidad para reconocer la cultura, ya que las expresiones simbólicas no-monetarias y cualitativas han sido espacios poco explorados por los economistas del neoliberalismo.

Así, la contemporaneidad requiere de nuevas perspectivas epistémicas porque hace falta auscultar y comprender el campo cultural, debido a su rol activo, su autopoiesis y su constante construcción en sociedad. Estos abordajes exigen la ampliación de la comprensión del corpus teórico-conceptual en torno a la cultura, desde el que se pueda aportar a gestionar, representar y salvaguardar de mejor forma lo cultural. Por su parte, la antropología, cuyo núcleo disciplinar es la cultura, ha expandido la dimensión de lo cultural en la sociedad, la política y la economía, al ubicar renovadas formas de situar los derivados materiales e inmateriales de la cultura, en el campo humano y de los territorios (Valencia, 2011).

De este modo, la discusión teórica para construir nuevos horizontes epistémicos desde el paradigma de la postmodernidad se hace presente en la gestión cultural y creativa, y se convierte en un reto para la construcción filosófica, antropológica y sociológica más allá del fortalecimiento de la economía naranja. Esta discusión implica pensar la gestión cultural, los procesos de democratización cultural, la construcción de

identidad, el respeto de idiosincrasias, el pensamiento situado y el reconocimiento de derechos culturales. Es clave reconocer que conceptualmente la economía de la cultura está enfocada en la valoración económica y su integración a los mercados, mientras que la gestión cultural planifica y promueve proyectos culturales con una visión social, artística, educativa y comunal centrada en el acceso a la cultura; la gestión creativa tiene mayores dimensiones de emprendimientos culturales, diseño, innovación y comunicación con desarrollos tecnológicos enmarcados en la sostenibilidad y la economía digital.

En este orden de ideas, el objetivo de este artículo es analizar las bases epistémicas en torno a la gestión cultural, con la discusión de las propuestas de la economía de la cultura, sus vínculos interdisciplinarios y la creatividad como una variable orgánica, en la vía de aportar a sedimentar un corpus teórico-conceptual polifónico sobre lo cultural, en clave heterodoxa, en el que se pueden imbricar y anudar algunos vínculos epistémicos que aporten a la coconstrucción de la base filosófica, antropológica y sociológica para el estudio formal de la denominada ‘economía de la cultura’ o la ‘economía naranja’, para el contexto y las políticas públicas colombianas.

Metodología

El desarrollo metodológico del presente artículo, que estudia las vertientes epistémicas de lo cultural en el campo de la denominada economía de la cultura, la gestión cultural y la gestión de lo creativo, parte del desarrollo de un proyecto de investigación interinstitucional planteado por fases, con revisiones teórico-conceptuales y análisis prácticos en organizaciones territoriales. Este documento presenta una revisión de las bases conceptuales, epistémicas y teóricas que sustentan el campo cultural con sus particularidades actuales.

La postura sociológica y epistemológica que respalda el abordaje de este estudio corresponde a los desarrollos y avances de una perspectiva heterodoxa de la gestión de lo cultural en diferentes saberes socioeconómicos. Por ello, este artículo tiene un enfoque cualitativo, cuyo método de investigación es la revisión narrativa (Baumeister y Leary, 1997; Lozano, 2005; Jesson *et al.*, 2011) de la literatura, en lo que se avanza en la identificación de autores y perspectivas asociadas a las bases epistémicas de lo cultural y el análisis de sus disertaciones, precisiones, omisiones y narrativas; en esa perspectiva, se busca el análisis y la crítica de la literatura publicada (Ryan *et al.*, 2002).

Este tipo de diseño de investigación permite, en el campo de lo social y lo cultural, como lo indica Baumeister (2013), estudiar diferentes preguntas e interrogantes de investigación y sus taxonomías para aumentar la amplitud y diversidad del pensamiento; a su vez, generar aproximaciones a las bases teóricas de las categorías planteadas. El hilo conductor del texto atiende a una perspectiva analítica de contrastación dialéctica permanente sobre los argumentos y las posiciones epistémicas de los diferentes autores.

Se realizó una consulta estructurada en bases de datos especializadas y repositorios institucionales nacionales e internacionales como Web of Science, Scopus, Sciencedirect,

Ebsco, Redalyc, Emerald, Wiley, Elsevier, Springer, Taylor & Francis, Routledge, SAGE, Inderscience, Pubindex, Google Scholar, entre otros, para identificar las publicaciones y postulados teóricos relacionados con 'cultural economy', 'economy of culture', 'orange economy', 'cultural management' y 'creative management'. La revisión no pretendió hacer una RSL o una bibliometría, sino identificar discusiones conceptuales sobre las categorías planteadas, por ello no se presentan datos cuantitativos de los documentos revisados, sino de la narrativa conceptual analizada.

Resultados

Producto de dicha revisión, emergieron categorías de análisis que constituyen el centro de las discusiones y a su vez son los apartados posteriores que presenta el desarrollo del texto: a) la cultura en clave epistémica desde la antropología, b) las vertientes epistémicas desde la economía de la cultura, c) el pensar la economía 'naranja' más allá de la lógica financiera y las políticas gubernamentales y d) la gestión cultural y creativa como dimensiones integradoras. Las asociaciones de conceptos, teorías, autores y categorías permiten analizar las nociones y narrativas, específicamente las enunciaciones, las proposiciones y la ausencia argumental que existe sobre la gestión de lo cultural, en el ámbito de la economía de la cultura, la economía naranja y la creatividad.

La cultura en clave epistémica desde la antropología

La cultura es un concepto polisémico y en diferentes esferas académicas se le considera ambiguo; no obstante, la antropología como ciencia que estudia la cultura y los fenómenos culturales ha desarrollado diferentes posiciones académicas desde otrora, más allá de los conceptos y las disposiciones normativas de las instituciones estatales que hacen gestión de la cultura y de las perspectivas sociales de diferentes gestores culturales, artistas y comunidades productoras o protectoras de bienes y servicios culturales.

Cassirer (2005), al pensar las ciencias de la cultura, critica las visiones metafísicas que le otorgan alma a la cultura e influencia en el mundo físico y la humanidad; su perspectiva invita a huir del naturalismo y de la metafísica, para comprender que las expresiones de lo cultural constituyen y moldean los contextos humanos y externos. De esa manera, no es que la fuerza de lo cultural arraigada en el lenguaje, lo simbólico, el arte, la religión, la sociedad y los discursos, penetren de forma directa a la sociedad, sino que las expresiones culturales operan como forma de intercambio, entrelazamiento y complemento entre el pensamiento humano y el mundo concreto.

El artículo seminal de Kroeber y Kluckhohn (1952), desde la antropología cultural, presentó más de 150 usos del concepto y la noción de cultura. De su revisión se pueden argüir diferentes categorías temáticas: 1) se alude a los estados mentales o pensamientos que dotaban de sentido a la cultura (creencias, valores, preferencias de las personas); 2) la cultura es entendida desde lo material de los objetos y artefactos (pronunciamientos, copias, imitaciones o aprendizaje social), y 3) la cultura sólo se puede comprender desde la mediación e interacción del lenguaje, en los humanos.

La cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias, y [...] da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos [...] (UNESCO, 1982, párr. 3).

La incidencia de la UNESCO en el pensamiento de la cultura y su inserción en las políticas públicas para generar regulaciones locales, nacionales e internacionales es innegable. Aun así, los procesos regulatorios de protección de lo cultural generan resistencias en los territorios y polémicas en lo discursivo, pues su gobernanza institucional aún tiene una importante carga direccionada al comercio, la industria y el lucro. Si bien la perspectiva epistémica institucionalizada por la UNESCO tiene pretensiones de conceptualización ‘ecléctica’ que busca no develar conflictos ni posicionarse en una perspectiva epistémica precisa, es necesario analizar que el concepto de cultura tiene connotaciones identitarias para las comunidades. De allí que sea necesario evidenciar formaciones conceptuales distintas que recojan perspectivas históricas, etimológicas, evolucionistas o culturalistas.

Desde una perspectiva histórica evolucionista, la cultura “se basa en un largo proceso de evolución cultural durante la historia de la humanidad. Esa evolución va desde el dominio del fuego, pasando por la creación de ciudades, hasta la invención del internet” (Welsch, 2011, p. 11). Esto implica un posicionamiento epistémico que devela la incidencia del pasado en el presente, y del presente en el futuro mediante la simbiosis, la síntesis y la combinación de tradiciones culturales que configuran prácticas y un imaginario socialmente aceptado. Las secuencias de los eventos no necesariamente son predecibles, ya que los rasgos identitarios de las comunidades son producto de su evolución histórica, pero también son el resultado de sus desconexiones y contingencias contextuales.

En yuxtaposición al paradigma evolucionista, la concepción etimológica aporta sentido lingüístico e histórico al concepto de cultura. Con base de Giménez (2005), se pueden identificar dos grandes corpus de acepciones: el proceso de cultivar (del latín ‘cultus’ e implica el cuidado del campo, el espíritu y la educación) y los derivados de lo cultivado (bienes culturales materiales e inmateriales, representaciones, habitus o patrimonios y capitales formados).

El pensamiento contemporáneo acerca de la cultura ha tenido etapas en el ámbito económico. En algunos momentos se creyó que la mayor dificultad estaba en identificar los bienes tangibles que se desarrollaban en el entorno cultural, luego se pensó que la dificultad estaba en lo intangible, y ahora, con la expansión de neoliberalismo (Boltanski y Chiapello, 2002), múltiples académicos, empresas y centros de pensamiento han visualizado que las fuerzas simbólicas de la cultura tienen el potencial de ser mercantilizadas y generar desarrollo económico pro lucro. Los deseos, los sentimientos, las sensaciones, los arraigos culturales y las representaciones sobre la cultura tienen más

efectos que la circulación corriente de bienes y servicios. En consecuencia, las categorías de productividad, eficiencia y rentabilidad en la economía ortodoxa quedan en tensión frente a la realidad del campo cultural, lo que invita al corpus económico a abrir su espectro teórico-conceptual de comprensión.

Sin pretender hacer un tratado conceptual sobre la cultura, es menester reconocer algunas perspectivas epistemológicas sintéticas que permiten identificar el origen polisémico del concepto y su profusión de nociones. La Tabla 1 presenta una aproximación a estas distinciones.

Tabla 1. Perspectivas epistemológicas sobre el concepto de cultura

Perspectiva	Concepción de la cultura
Evolucionista	Acumulado del proceso de desarrollo social de la humanidad
Naturalista	Elementos físicos u organismos que expresan que hay una cultura natural
Simbolista	Sustancias físicas y sus concepciones que tienen significado, signos o son susceptibles de simbolizar
Estructuralista	Sistema que representa elementos materiales e inmateriales de la humanidad y el sistema social
Etimológica	Proceso de cultivar y derivados de lo cultivado
Economicista	Bienes o servicios culturales monetizables

Fuente: elaboración propia.

Esta síntesis de las perspectivas teóricas y conceptuales de la cultura devela la heterogeneidad de perspectivas epistémicas de la denominada economía de la cultura y sus implicaciones futuras frente a la creatividad y la gestión cultural. De hecho, en el entrelazamiento entre la antropología, los estudios culturales, las políticas culturales y la gestión cultural, es clave reconocer, desde la perspectiva de Hall (1997), los procesos de producción de significados y sus relaciones con el poder, la identidad, la ideología y las estructuras sociales de gobierno de la cultura.

Vertientes epistémicas desde la economía de la cultura

En el desarrollo sociohistórico de la economía como campo científico, emergió el subcampo de la economía de la cultura como un constructo disciplinar encargado de estudiar los procesos económicos de las actividades, los bienes, los servicios y las manifestaciones culturales. Esta área del saber no está alineada con los principios clásicos de la economía política clásica o la economía financiera, por tanto, reta a los profesionales y las organizaciones a comprender diferentes fundamentos del contexto cultural y creativo. Por ello, la economía de la cultura genera nuevas formas de intercambio entre agentes económicos, diferentes estructuras de financiación y emprendimiento, y divergentes formas de acumulación de capital. Los cambios van desde la forma de operar los negocios hasta el origen simbólico y los motivantes sociales de los productos.

Desde otrora, diversos economistas se empezaron a interesar en la cultura (Kinderman, 1903; Drey, 1910), debido al impacto económico que deriva de la industria cultural, especialmente la del entretenimiento. Los procesos de industrialización y las

mediciones de eficiencia y del desempeño organizacional le dieron un sentido de productividad a los productos y servicios asociados a lo cultural, lo que históricamente se evidencia en los estudios de Baumol y Bowen (1966). Empero, los desarrollos tecnológicos, comerciales, cibernéticos y del turismo han imbricado nuevas formas de pensar lo cultural en la economía, cuyo tránsito actual sigue estando en construcción.

Al respecto, es importante denotar que la economía de la cultura sigue siendo un asunto reciente e incipiente en la historia de las ciencias económicas. “Hasta hace bien poco los economistas no tenían por objeto de estudio la cultura porque la consideraban demasiado ambigua, abstracta y muy difícil de medir cuantitativamente” (Monasterio, 2017, p. 2), pero ello ha cambiado al vislumbrar desde lo teórico y empírico el poder de las creencias, los valores, las preferencias, los gustos, los sentidos y las apropiaciones en el desarrollo económico de las sociedades. Una perspectiva conceptual más economicista desde lo contemporáneo entiende a la economía de la cultura como:

Es una economía de valores intangibles o simbólicos generados por trabajos creativos, en forma de bienes o servicios individualmente insustituibles y en permanente renovación de contenidos o de interpretaciones. Es una economía de la oferta múltiple, oferta que crea la demanda y que tiene una funcionalidad y eficacia social más allá de su valor económico. Su valor material e intelectual tiende a decrecer históricamente, pero, en cambio, tiende a incrementarse el coste de la exclusividad, de la complejidad y de la notoriedad, con lo que el coste marginal en general tiende a cero y hay una amplia gama de costes hundidos, así como una incertidumbre sobre el resultado de la puesta en valor (Zallo, 2007, p. 230).

En un período inicial, a los aspectos culturales vistos desde la economía se les denominó economía del arte, pero precisamente la creciente emergencia de diferentes formas de la cultura ha hecho ampliar este campo de conocimiento, que realmente aún es incipiente y en desarrollo, proveniente de una mixtura disciplinar entre historia y filosofía del arte, geografía, contabilidad, sociología, derecho, administración y economía. “La cultura y la economía constituyen, cada vez más, dos dimensiones indisociables de una misma realidad: por un lado, fuente de riqueza; por otro, elemento simbólico y respaldo de identidad” (Herrero, 2002, p. 150). Por tanto, la mixtura del producto y su simbolismo representan nuevas dimensiones de valoración económica y apropiación social que pasan por la economía del deseo, nuevas formas de escasez y respuestas de los mercados.

Gibson y Kong (2005) indican que hay cuatro enfoques en el uso de la economía de la cultura, así: 1) delineación sectorial de la economía cultural, 2) mercado laboral y organización de enfoque de producción, 3) enfoque del “índice creativo” y 4) la convergencia de formatos como una característica definitoria de la economía cultural. Estos enfoques aportan a comprender la polivalencia como forma paradigmática que existe en el campo de la economía cultural, tanto en sus aspectos teóricos como empíricos, ya que fácilmente una perspectiva normativa es insuficiente para incluir, diferenciar, significar y aportar a las diferentes ramas de la cultura y sus efectos en la esfera económica. No obstante, el desarrollo de la economía de la cultura también tiene impregnada la racionalidad económica del capitalismo cultural que ha tomado la creación cultural en la limitada versión de productos culturales mercantilizados hasta controlar la

producción de valor, su gestión, su conservación, su inversión y su acceso y distribución sociales (Yúdice, 2022).

Las perspectivas de trabajo sobre esta área deben ser conexas y abiertas al diálogo social y disciplinar, con el rescate de la sensibilidad, en medio de políticas reduccionistas. En este sentido, si se sigue a Asuaga (2005), entre los grandes objetos de estudios de la economía de la cultura, es posible destacar:

- ❖ El impacto económico de la cultura
- ❖ El enfoque del comportamiento del consumidor cultural
- ❖ El análisis de la oferta, al considerar este fenómeno desde tres perspectivas diferentes: a) el estudio del comportamiento de las diferentes organizaciones culturales, tanto públicas como privadas (museos, compañías de teatro, editoriales, etc.); b) el análisis del comportamiento de los creadores de la cultura, del “artista” y el mercado de trabajo, y c) el análisis de los entornos institucionales y tecnológicos.
- ❖ Las políticas culturales que desarrollan los distintos gobiernos.
- ❖ Implicaciones económicas de los derechos de autor (Asuaga, 2005).

A partir del desarrollo de estas perspectivas, han emergido ramas y subramas de la economía de la cultura interesadas en hacer énfasis en fenómenos como el patrimonio, los museos, las plataformas digitales, el teatro, el cine, las industrias culturales y las creativas, entre otros. La Tabla 2 presenta las categorías de estudio de la economía de la cultura y la economía creativa.

Tabla 2. Análisis económico aplicado a la cultura

Vertiente económica	Ámbito concreto	Temáticas de interés particular	Temas transversales
Economía de la cultura	Artes escénicas	Asistencia y demanda	Enfermedad de los costos. Formación de gustos y hábitos. Adicción racional. Aprendizaje a través del consumo. Capital cultural. Valor cultural. Formas organizacionales y de gestión de las instituciones. Organizaciones con y sin ánimo de lucro. Organizaciones estatales. Comercio internacional de bienes culturales. Estadísticas del sector cultural.
	Artes visuales	Demanda por razones estéticas o como activos de instrumentos financieros. Subasta y precio de obras de arte.	
	Patrimonio histórico y construido	Valoración, control y conservación. Economía del patrimonio.	
	Industrias culturales	Organización industrial, localización, clúster, distrito cultural. Economía del libro, del cine, del arte.	
	La política cultural	Por qué, de qué forma y en qué medida debe intervenir el Estado de los mercados y ámbitos culturales.	Financiación pública de la cultura, mecenazgo, precio fijo del libro, derechos de autor.
Economía creativa	Industrias creativas	La cultura como factor de innovación; publicidad, diseño gráfico, moda,	<i>Copyright</i> , ciudades creativas, clase creativa.

Vertiente económica	Ámbito concreto	Temáticas de interés particular	Temas transversales
		arquitectura, videojuegos, <i>software</i>	
	Creatividad	Innovación, productividad, crecimiento económico. Este último llega con la innovación, cuya base está en la estimulación creativa de la densidad cultural.	Formas de producción y estimulación de la creatividad. Esquemas cognitivos de la creatividad.

Fuente: adaptación tomada de Herrero (2002), Palma y Aguado (2010) y Arias *et al.* (2021).

En la Tabla 2 puede notarse cómo la creatividad es una categoría central en el estudio de la cultura que, debido a la expansión del capitalismo cultural (Quijano, 2022), ha venido desarrollando un campo propio potenciado por las industrias creativas y culturales e imbricando la dimensión tecnológica y de innovación, en el campo de la economía de la cultura. En este orden de ideas, una vertiente de la economía de la cultura que requiere un énfasis diferencial tiene que ver con los bienes patrimoniales, que surgió como una subdisciplina de la economía de la cultura, denominada economía del patrimonio, y tiene como objetivo analizar, con el instrumental metodológico de la economía, los fenómenos económicos derivados de los bienes patrimoniales, ya sean tangibles o intangibles.

El problema de la valuación de dichos bienes ha sido tema recurrente y numerosas publicaciones han abordado el tema. Actualmente no puede obviarse que un modelo econométrico o una metodología cuantitativa solucionará el problema de medición de la economía de la cultura; no obstante, parece que la solución se aleja de un sistema de costeo tradicional basado en la eficiencia para insertarse en un sistema especulativo sobre la disposición a pagar del público (Asuaga, 2011; Cano *et al.*, 2020), es decir, una especie de economía del deseo, de la expectativa, de lo contingente. Esto implica que existen formas de valoración distintas a la económica (Throsby, 1999, 2001, 2003a, 2003b, 2010).

Según las perspectivas contemporáneas de la economía de la cultura, encabezadas por Throsby (2003a), un bien cultural posee características distintas a las de otros tipos de bienes, ya que este tiene creatividad humana, significados y simbolismos. En especial, las características de los bienes empiezan a ser relevantes en la economía de la cultura, lo arquitectónico, la identidad, la estética, los significados espirituales y religiosos, su impacto en sociedad, entre otros, definen el valor cultural de un bien, que no necesariamente debe ser congruente con el valor económico.

De hecho, Anheir *et al.* (1995) presentan a los resultados económicos y financieros como variables secundarias o subsecuentes de la valoración cultural y simbólica, con lo que otorgan poder a la cultura. Las consideraciones epistémicas sobre la cultura invitan a reformar las bases académicas para acercar la academia a la realidad tecnológica y creativa sin olvidar que la fuente mística de la cultura está en lo que es invisible a los ojos.

Pensar la economía ‘naranja’ más allá de la lógica financiera y las políticas gubernamentales

El aumento de literatura especializada en economía de la cultura y del trabajo empírico de gestores culturales simula la aparición de una época de economía naranja; no obstante, esta coyuntura es el resultado de un modelo económico-cultural impuesto por potencias económicas mundiales en Latinoamérica que corporativizan la acción a la cultura y el reconocimiento de las raíces, los símbolos y los referentes culturales locales; en esencia, se trata de transformar la dimensión simbólica por etnicidad S.A. (Comaroff y Comaroff, 2011). Si bien los sectores culturales han tomado mayor relevancia en términos de participación en los indicadores económicos, y sin desconocer su poder e influencia en la estructura social, es claro que lo cultural no puede abarcar la totalidad del plexo de bienes y servicios que requiere la estructura social. Aun así, este crecimiento ha llamado la atención de diferentes académicos y gobiernos por comprender su esencia e identificar una potencial alternativa de gestión económica.

La economía naranja fue definida por Valcerde *et al.* (2015) como el conjunto de actividades que de manera encadenada permite que las ideas se transformen en bienes y servicios creativos, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. Desde esa perspectiva, la noción de ‘creatividad’ ha impactado todas las esferas de lo cultural, lo que genera en muchos casos tipificaciones o complementos. En términos de indicadores macroeconómicos para comprender la importancia del sector, si se estableciera economía naranja como un país, tendría el tamaño equivalente a la cuarta economía más grande del mundo.

Desde que Howkins (2001) se refirió a la economía creativa como la propagación de modelos de negocios cuyo pilar son las industrias culturales, creativas y el mundo de las ideas, la discusión no ha parado en las últimas dos décadas. Su base sigue siendo la economía de la cultura, pero su apropiación local es diversa. Buitrago & Duque (2013) se apropiaron de las ideas fundantes de Howkins, al rebautizar el campo de la economía creativa como ‘economía naranja’; en su desarrollo sólo agregaron al turismo como parte de los sectores de la economía creativa, pero han tenido mucho eco debido a su origen en el seno de la macroestructura política y económica del Banco Interamericano de Desarrollo.

Al respecto, Betancur (2017) critica la racionalidad colonial que subyace a la idea de economía naranja, la que es vendida y se instala como si fuese una nueva revolución sociopolítica, “pasando sobre las racionalidades originarias de los pueblos, sus territorios, sus espíritus y sus gentes, arrasando, quemando, esclavizando, asesinando e imponiendo la economía, la religión y la política colonial como se hace hasta nuestros días” (Betancur, 2017, p. 20). Otros autores indican que la economía naranja es una variación conceptual local (colombiana) para referirse a la economía creativa, lo que resalta que la categoría ‘naranja’ es inapropiada en la academia: “esta apropiación conceptual sugiere un preocupante caso de polisemia y que podría desencadenar embarazosos errores en el establecimiento de políticas públicas” (Hernández *et al.* 2018).

Al margen de la imprecisión etimológica, ontológica, metodológica y epistemológica del término ‘economía naranja’, su crecimiento y efectos sobre el valor agregado del consumo cultural en Colombia es evidente (Jiménez et al., 2017). Su expansión en el sector económico y creativo no es un asunto menor, y quizá encuentra su raíz en la Ley 1834 de 2017 de Colombia, denominada como ‘Ley naranja’, la cual intenta “desarrollar, fomentar incentivar y proteger las industrias creativas” (Congreso de la República de Colombia, 2017). Su perspectiva no deja de ser economicista y de convertir el ámbito cultural en un negocio rentable.

Siguiendo a Barbero (2015), es clave comprender que las TIC, lo cibernético y los entornos virtuales y digitales se han convertido en una condición connatural de los seres humanos y, por tanto, se han insertado en el terreno cultural, haciendo parte de “nuestra corporeidad, de nuestra sensibilidad y de nuestra cognitividad” (Barbero, 2015, p. 28). A su vez, en Wagner (2010) y Cuesta y Lora (2015) se puede entender que la creatividad se convierte en el pilar de la definición de cultura entendida como la invención y reinención permanente e incesante que los miembros de cada cultura hacen de sus construcciones de sentido, al ordenar y reordenar de manera permanente las acciones y prácticas de su vida cotidiana.

En términos de lo creativo, según UNCTAD (2018), de 2010 a 2017, Colombia invirtió más de \$ 530 mil millones en la construcción y reconstrucción de 428 espacios culturales, y en los últimos años el crecimiento de las exportaciones de bienes y servicios culturales tiene un crecimiento geométrico. Una forma de clasificación de estos sectores se presenta a continuación:

Figura 1. Sistemas de clasificación de las industrias culturales y creativas

1. Modelo DCMS

Publicidad
Arquitectura
Arte y mercado de antigüedades
Artesanía
Diseño
Moda
Cine y video
Música
Artes escénicas
Industria editorial
Software
Televisión y radio
Videojuegos y juegos de computadora

2. Modelo de Textos Simbólicos

Industrias culturales principales
Publicidad
Cine
Internet
Música
Industria editorial
Televisión y radio
Videojuegos y juegos de computadora

Industrias culturales periféricas
Artes creativas

Industria culturales fronteras
Aparatos electrónicos
Moda
Software
Deportes

3. Modelo de los Circulos Concéntricos

Artes creativas nucleares	Industria cultural ampliada
Literatura	Servicios del Patrimonio
Música	Industria editorial
Artes escénicas	Grabación de audio
Artes visuales	Televisión y radio
	Videojuegos y juegos de computadora
Otras industrias culturales principales	Industrias relacionadas
Cine	Publicidad
Museos y bibliotecas	Arquitectura
	Diseño
	Moda



4. Modelo de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)

Industrias que dependen principalmente de los derechos de autor

Publicidad

Entidades de gestión colectiva

Cine y video

Música

Artes escénicas

Industria editorial

Software

Televisión y radio

Artes gráficas y visuales

Industrias que no solo dependen del derecho del autor

Arquitectura

Ropa, calzado

Diseño

Moda
Utensilios domésticos
Juguetes

Industrias interdependientes relacionadas con el derecho de autor

Estudios de grabación

Productos electrónicos de consumo

Instrumentos musicales

Industria papelera

Fotocopiadoras, equipos fotográficos

5. Modelo del Instituto de Estadísticas de la UNESCO

Industrias en ámbitos culturales fundamentales

Museos, galerías y bibliotecas

Artes escénicas

Festivales

Artes visuales, artesanía

Diseño

Industria editorial

Televisión, radio

Cine y video

Fotografía

Medios de comunicación

Industrias en ámbitos culturales ampliados

Instrumentos musicales

Equipos de sonido

Arquitectura

Publicidad

Equipos de impresión

Software

Hardware audiovisual

6. Modelo de Americanos por las Artes

Publicidad

Arquitectura

Escuelas de arte y servicios

Diseño

Cine

Museos, zoológicos

Música

Artes escénicas

Industria editorial

Televisión y radio

Artes visuales

Fuente: UNESCO & PNUD (2014).

De igual forma, la política gubernamental establece taxonomías para segregar o aglutinar sectores, como lo es el caso de un referente anglosajón en el tema: “The cultural industrie production system” del *Creative Industries Production System* (CIPS), que mide las actividades de la industria creativa y las divide en varios sectores (Pratt, 1997). Además, lo creativo en el ámbito cultural también podría estar imbricado de nuevas características propias de modelos económicos no masivos, como las condiciones dinámicas, de recurrencia y de adicción que puede generar los asuntos culturales. En este contexto, es clave la noción de valor experiencial de Varoufakis (2024), al hacer referencia a que en el valor de uso se deben incluir las categorías de emociones y sentimientos que generan los productos y que caracterizan de modo polivalente a los consumidores, pues, en el campo de lo cultural, estas son las características que se traducen en valor económico material producto de la especulación y expectativa de los mercados culturales.

La gestión cultural y creativa como dimensiones integradoras

Los cambios en la forma de comprender la cultura en sociedad, su desarrollo económico y las formas de consumo cultural han crecido de la mano de la tecnología, la innovación y la creatividad que emana de fuentes como las redes sociales, las plataformas tecnológicas y los nuevos sistemas de consumo de música, cine, transporte, alojamiento o planeación de actividades cotidianas, que ponen en el centro las experiencias culturales. La articulación de lo creativo, las expresiones artísticas y la gestión cultural no es una cuestión de oferta, sino de demanda social sobre nuevos ámbitos culturales.

Estas nuevas formas no son precisamente una dimensión contemporánea de la protección de la cultura ni tampoco su atomización; aun en perspectiva crítica, puede pensarse que es una forma de expansión del campo cultural, pero hay elementos que

deben cuidarse para no hacer usos utilitaristas que amporen el eficientismo económico. La gestión cultural se erige como un campo interdisciplinar, no como una supra-disciplina, que permite abordar los diferentes elementos, orígenes, epistemes y prácticas de la cultura para, a través de su mixtura, presentar nuevos desarrollos que resalten las identidades, respete las idiosincrasias y potencie las actividades con núcleo cultural. Esta mirada desde la gestión puede permitir condensar en un solo campo epistémico las diferentes variables que hay sobre la cultura; se trata, incluso, de no pensar los hechos culturales desde las disciplinas, sino de comprenderlos y luego recurrir al andamiaje teórico-práctico de las disciplinas, un cambio de enfoque que puede mitigar el reduccionismo monodisciplinar.

La gestión cultural adquiere sus bases en modelos abiertos de gobernanza que permiten a diferentes actores su participación en las decisiones, a pesar de que las concepciones institucionales y las políticas gubernamentales no fuesen modificadas (Olano, 2021). Así, es de anotar que hay un punto de interrelación entre la cultura, la economía de la cultura y la gestión cultural: la perspectiva evolucionista y economicista. Ambas perspectivas integran un esquema de pensamiento en el que se debe priorizar la impulsión económica rentística como resultado de una ‘evolución’ de las condiciones socioeconómicas. Empero, en esta relación también emergen múltiples disputas por el modelo de desarrollo imperante, la invisibilización de los actores culturales y las perspectivas utilitaristas para los pueblos originarios.

Por su parte, la gestión creativa invita a tomar los elementos tradicionales de la cultura y extrapolarlos a un campo donde la innovación, las capacidades dinámicas y la creatividad eleven los desarrollos del campo cultural. La gestión creativa parte de una concepción epistémica de la cultura basada en el simbolismo, en la que el valor añadido está dado por los elementos novedosos y simbólicos que hacen de los bienes y servicios experiencias diferenciadas. Sin embargo, no sólo es explorar el capital simbólico y el valor cultural, sino examinar la creatividad de su origen, y a partir de allí insertarlo en la dinámica social. Al respecto, es clave considerar la inclusión de las artes y actividades artísticas como nuevos centros de producción que tensionan la economía de la cultura, lo que genera un nuevo estadio en el campo emergente de la formación de públicos y la tecnomediación.

De esta manera, es menester resaltar que la economía naranja continúa siendo una visión reduccionista del quehacer de lo cultural y lo creativo, porque no se trata sólo de lo que sea comercializable, sino de todo el arquetipo de profesiones, oficios, actividades, sectores y especificidades de la cultura. La emergencia de este campo epistémico se instala en las ideas de la transdisciplinariedad para construir un modelo inclusivo de gestión de lo cultural y lo creativo, en los territorios locales y nacionales que transite en la vía de la sustentabilidad (Cano y Arias, 2022), con políticas públicas que exalten la cultura sin caer en la burda masificación economicista.

Consideraciones finales

La cultura, la economía y la creatividad pueden operar como un ecosistema integrado y potente para el desarrollo del presente siglo. Incluso al margen de grandes capitales transnacionales, la ventaja de la singularidad de los bienes y servicios con características culturales propias pueden abarcar una importante de pensar la economía fuera de las economías extractivas.

La transformación de los modelos de producción de bienes culturales, las estructuras de servicios culturales y las formas de operación de las manifestaciones culturales, permean el capital humano creativo, las formas de innovación y el dinamismo económico con base en los nuevos elementos simbólicos, históricos y creativos que le otorgan sentido a las actividades económicas vinculadas al patrimonio cultural, las artes escénicas y la industria cultural. Este documento ha mostrado la impertinencia epistémica del concepto institucionalizado de 'economía naranja' para hacer una gestión integral de lo cultural y lo creativo. En esa vía, las estructuras económicas contemporáneas en las que se destaca el consumo cultural de elementos audiovisuales, musicales, artísticos y de plataformas tecnológicas invitan a una expansión del campo epistémico.

Las consideraciones conceptuales sobre la cultura invitan a transformar las bases académicas disciplinares de las ciencias que estudian los fenómenos culturales, lo que contextualiza el devenir regional de las diferentes categorías, en la realidad tecnológica y creativa, sin olvidar que la fuente mística de la cultura está en lo que es invisible a los ojos. Los deseos, los sentimientos, las sensaciones, los arraigos culturales y las representaciones sobre la cultura tienen más efectos que la circulación corriente de bienes y servicios.

Referencias bibliográficas

- Aguado, L. F., Palma, L. y Pulido, N. (2017). 50 años de economía de la cultura. Explorando sus raíces en la historia del pensamiento económico. *Cuadernos de Economía*, 36(70), 197-225. doi: 10.15446/cuad.econ.v36n70.53813.
- Anheier, H., Gerhards, J. & Romo, F. (1995). Forms of capital and social structure in cultural fields: Examining Bourdieu's social topography. *American Journal of Sociology*, 100(4), 859-903. <https://www.jstor.org/stable/2782154>
- Arias, J., Asuaga, C. y Cano, V. (2021). Contabilidad, economía de la cultura y sectores creativos: necesidades y desafíos de una vinculación técnica y disciplinar. *Cuadernos de Contabilidad*, 22. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc22.cecs>
- Asuaga, C. (2005). *El coste de las obras de arte y la gestión de museos* [Tesis de máster, Universidad Nacional de la Plata].
- Asuaga, C. (2011). *El coste de las obras de arte y la gestión de museos*. Editorial Académica Española.
- Barbero, J. (2015). ¿Desde dónde pensamos la comunicación hoy? *Revista Chasqui*, 128, 13-29

- Baumeister, R. & Leary, M. (1997). Writing Narrative Literature Reviews. *Review of General Psychology*, 1(3), 311-320.
- Baumeister, R. (2013). Writing a Literature Review. In M. Prinstein (Ed.). *The Portable Mentor*. Springer.
- Baumol, W. & Bowen, W. (1966). *Performing Arts-The Economic Dilemma*. Twentieth Century Fox.
- Betancur, V. (2017). Las industrias culturales y la economía naranja: modernidad/colonialidad, mercantilización de la cultura e individualismo. *Resistencia: revista de los estudiantes de la Universidad Andina Simón Bolívar*, 5, 20-23.
- Bocella, N. & Salerno, I. (2016). Creative Economy, Cultural Industries and Local Development. *Social and Behavioral Sciences*, 223(10), 291-296.
- Boltanski, L. y Chiapello, E. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Ediciones Akal.
- Buitrago, F. y Duque, I. (2013). *La Economía Naranja. Una oportunidad infinita*. Ediciones BID.
- Cano, V. y Arias, J. (2022). La Sostenibilidad y la sustentabilidad en la administración y las organizaciones: Una revisión de literatura. *Teuken Bidikay*, 13(20), 33-53. <https://doi.org/10.33571/teuken.v13n20a2>
- Cano, V., Arias, J. D., & Asuaga, C. (2020). Contabilidad cultural: un campo emergente enfocado en salvaguardar el patrimonio cultural. *Revista Científica General José María Córdova*, 18(31), 651-672. <http://dx.doi.org/10.21830/19006586.605>
- Cassirer, E. (2005). *Las ciencias de la cultura*. Fondo de Cultura Económica.
- Comaroff, J. L. y Comaroff, J. (2011). *Etnicidad*. Katz Editores.
- Cuesta, O. y Lora, M. (2015). La mediación creativa. Un acercamiento a su construcción conceptual. *Revista Luciérnaga/Comunicación*, 7(14), 46-63.
- Drey, P. (1910). *Die wirtschaftlichen Grundlagen der Malkunst*. Cotta.
- Fraser, N. (2023). *Capitalismo Caníbal. Qué hacer con este sistema que devora la democracia y el planeta y hasta pone en peligro su propia existencia*. Siglo XXI Editores.
- Gibson, C. & Kong, L. (2005). Cultural economy: a critical review. *Progress in Human Geography*, 29(5), 541-561.
- Giménez, G. (2005). *Teoría y análisis de la cultura*. Conaculta.
- Gnecco, C. (2018). El patrimonio en tiempos multiculturales. En J. Tobar et al. (Comps.). *El Patrimonio Cultural en tiempos globales* (pp. 25-52). Universidad del Cauca.
- Haiven, M. (2014). *Cultures of financialization: Fictitious capital in popular culture and everyday life*. Springer.
- Hall, S. (1997). The Centrality of Culture. Notes on the Cultural Revolutions of Our Time. In K. Thompson (Ed.). *Media and Cultural Regulation (Culture, Media and Identities Series)* (pp. 207-238). SAGE Publications Ltd.
- Hernández, I., Ospina, L., Londoño, J. y Tello, C. (2018). Economía naranja o economía creativa. Una discusión conceptual respecto a la Ley 1834 de 2017 (Ponencia). *Encuentro Internacional de Investigadores en Administración*. Universidad del Valle – Universidad Externado de Colombia.
- Herrero, L. (2002). La economía de la cultura en España: una disciplina incipiente. *Revista asturiana de economía*, 23, 147-175.
- Howkins, J. (2001). *The creative economy: how people make money from ideas* (First ed.). Penguin.

- Jesson, J., Matheson, L. & Lacey, F. (2011). *Doing your literature review. Traditional and systematic techniques*. SAGE Publications Ltd.
- Jiménez, I., Millán, M. y Suárez, D. (2017). Efecto del valor agregado del consumo cultural: una aproximación a la economía naranja en Colombia. *Revista Plutos*, 7(2), 4-11.
- Kindermann, C. (1903). *Volkswirtschaft und Kunst*. Fischer.
- Kroeber, A. & Kluckhohn, C. (1952). *Culture. A Critical Review of Concepts and Definitions. Papers of the Peabody Museum of American Archaeology and Ethnology*. Harvard University Press.
- Laval, C. y Dardot, P. (2017). *La pesadilla que no acaba nunca: el neoliberalismo contra la democracia*. Gedisa.
- Lazzarato, M. (2020). *El capital odia a todo el mundo: fascismo y revolución*. Canopus Editorial Digital S.A.
- Ley 1834 de 2017. (2017). Ley Naranja. *Congreso de la República de Colombia*. Diario oficial N.º 50.242.
<https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201834%20DEL%2023%20DE%20MAYO%20DE%202017.pdf>
- Lozano, J. (2005). Editorial. De patos, gansos y cisnes. Revisiones narrativas, revisiones sistemáticas y meta-análisis de la literatura. *Acta médica colombiana*, 30(1), 1-3.
- Monasterio, A. (2017). ¿Qué es cultura en la «economía de la cultura»? Definiendo la cultura para crear modelos mensurables en economía cultural. *Arbor*, 193(783).
<http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2017.783n1007>
- Olano, A. M. (2021). *Política comunitaria, gobernanza global y desarrollo internacional: una propuesta desde los pueblos originarios andinos*. Universidad Externado de Colombia.
- Palma, L. y Aguado, L. (2010). Economía de la cultura. Una nueva área de especialización de la economía. *Revista de Economía Institucional*, 12(22), 129-165.
- Pratt, A. (1997). The cultural industries production system: a case study of employment change in Britain, 1984-91. *Environment and planning A*, 29(11), 1953-1974. DOI: 10.1068/a291953
- Quijano, O. (2022). *Darse Cuenta. Falacias del emprendimiento y los negocios culturales*. Universidad del Cauca.
- Ryan, B., Scapens, R. & Theobald, M. (2002). *Research method and methodology in Finance and Accounting*. Thompson.
- Throsby, D. (1999). Cultural capital. *Journal of Cultural Economics*, 23(1-2), 3-12.
<https://doi.org/10.1023/A:1007543313370>
- Throsby, D. (2001). *Economics and culture*. Cambridge University Press.
- Throsby, D. (2003a). Cultural value. En R. Towse (Ed.). *A handbook of cultural economics*. Edward Elgar Publishing.
- Throsby, D. (2003b). Determining the value of cultural goods: How much (or how little) does contingent valuation tell us? *Journal of Cultural Economics*, 27(3-4), 275-285.
<https://doi.org/10.1023/A:1026353905772>
- Throsby, D. (2010). Measuring the economic and cultural values of historic heritage places [reporte]. *Environmental Economics Research Hub Research Reports*, 1085.
- UNCTAD. (2018). Creative economy outlook. Trends in international trade in creative industries.
https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3_en.pdf
- Unesco. (1982). Líneas Generales. <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/outline/>

- UNESCO & PNUD. (2014). Informe sobre la Economía Creativa. Edición especial 2013. One United Nations Plaza. <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>
- Valcerde, E., Salazar, N., Hernández, I. y Ramírez, T. (2015). La economía naranja en Centroamérica. SIECA.
- Valencia, I. (2011). Antropología y estudios culturales: entre el teorizar de la política y la politización de la teoría. *Tabula Rasa*, 15, 95-111. <https://doi.org/10.25058/20112742.99>
- Varoufakis, Y. (2024). ¿Qué encierra una palabra? (pp. 126-154). En *Tecnofeudalismo: el sigiloso sucesor del capitalismo*. Deusto.
- Wagner, R. (2010). *A invenção da cultura*. CosacNaify.
- Welsch, W. (2011). ¿Qué es la transculturalidad? (pp. 11-40). En F. Schmidt-Welle (Coord.). *Multiculturalismo, transculturación, heterogeneidad, poscolonialismo*. Hacia una crítica de la interculturalidad. Herder.
- Wright, S. (1998). La politización de la "cultura". En M. Boivin et al. (Eds.). *Constructores de otredad: una introducción a la antropología social y cultural* (pp. 128-141). Eudeba.
- Yúdice, G. (2002). *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*. Gedisa.
- Zallo, R. (2007). La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio. *ZER-Revista de Estudios en Comunicación*, 22, 215-234.

Para citar
este artículo:

Cano, V., Arias, J. D. y Muriel, R. V. (2025). Aproximaciones epistemológicas en torno a la gestión cultural y creativa. Análisis dialéctico-conceptual desde la economía de la cultura. *Teuken Bidikay*, 16(27). doi: 10.33571/teuken.v16n27a2

E27A05GE*GARuiz