Vivir de aplausos:

Economía Naranja desde la perspectiva del sector teatral en Bogotá

Universidad Distrital Francisco José de Caldas

Facultad de artes ASAB

Proyecto Curricular de Artes Escénicas

Angélica Giovanna Riaño Lozano

20092097031

Directora: Marta Bustos

Bogotá, Mayo 10 de 2022

Dedicatoria

Dedico esta investigación a mi hijo, a quien deseo que pueda acceder al arte como un derecho y no como un privilegio. También a las nuevas generaciones de jóvenes que, con la esperanza intacta, mantienen el sueño de crear y vivir dignamente de su arte.

Agradecimientos

Gracias a la maestra Marta Bustos por guiarme y acompañarme en este viaje, ha sido un honor navegar junto a ella. A Viviana Rangel por promover la curiosidad en el tema de esta investigación. A Aurelio Suárez por sus aportes a la Economía Cultural. A mis maestros y maestras de la carrera que me impulsaron y me apasionaron por el arte escénico y sobre todo por enseñarme a hacerlo con el corazón y la razón. A los maestros que ya no están, pero siguen presentes en mi vida: Paco Barrero y Gustavo Quesada, quienes me orientaron para leer la vida y el arte con carácter de clase. Al maestro Felipe Arango por sus aportes invaluables al sector cultural del país, así como a Adela Donadío y Vilma López por sus recomendaciones y libros. Gracias a la Universidad Distrital por enseñarme lo valiosa que es la educación pública y de calidad. A la Unidad Nacional de Artistas y a los Consejos Distritales de Arte, Cultura y Patrimonio por definir en gran medida mi búsqueda, afinar mi carácter y garantizar un espacio de deliberación y organización para nuestro sector artístico y cultural en Bogotá. Profundos agradecimientos a mis amistades por su apoyo, por cuidar a mi hijo mientras yo escribía este trabajo, a Catalina Beltrán, Sofía Vejarano, Catalina Nava y Kate Mendoza por su apoyo incondicional, a mi familia por su paciencia, por dejarme volar y soñar que es posible vivir mejor, a Juan Pablo Fernández por su confianza e insistencia y a mi hijo Francisco por ser la motivación principal para no desfallecer. Un agradecimiento especial al MOIR por demostrarme que vale la alegría luchar.

Resumen

En esta investigación se presenta una revisión de las normas y documentos de la política cultural relacionada con la Economía Naranja en un lenguaje cercano a los profesionales de las artes escénicas, agentes culturales y organizaciones teatrales de la ciudad de Bogotá, a la vez que se identifican los puntos relevantes para la discusión sobre la pertinencia de esta política en nuestro contexto.

Este documento se constituyó a partir del acopio de información documental y la experiencia de la autora como gestora cultural con trayectoria artística y de gestión política en el campo teatral.

Palabras clave: Economía naranja, industrias culturales, áreas de desarrollo naranja, propiedad intelectual, distritos creativos, infraestructura teatral.

Abstract

This paper presents a review of the laws and documents of the *Orange Economy* cultural policy in a language that is close to performing arts professionals, cultural agents and theater organizations of the city of Bogotá. At the same time, it seeks to identify the main points for the discussion on the relevance of this policy in our context.

This document was made of documentary information and the author's experience as a cultural activist and administrator with an artistic career in the theater.

Key words: orange economy, cultural industry, cultural districts, intellectual property rights, theatre infrastructure.

Tabla de contenidos

Introducción **7**

Capítulo 1. El libreto de la Economía Naranja en Bogotá **11**

1.1 ¿Qué tipo de documentos de la política pública hacen referencia a la Economía Naranja en Bogotá? 11

1.2 Políticas y normas para la implementación de la Economía Naranja en Bogotá. 16

1.2.1. Política nacional para la promoción de las Industrias Culturales en Colombia. 17

1.2.2. Ley Naranja 18

1.2.3. Plan Nacional de desarrollo 2018-2022 / X Pacto por la protección y promoción de nuestra cultura y desarrollo de la Economía Naranja. 20

1.2.4. Plan de Desarrollo económico, social, ambiental y de obras públicas para Bogotá D.C. 2016- 2020 22

1.2.5. Acuerdo Naranja. 23

1.2.6. Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa 2019 – 2038. 25

1.2.7. Plan Distrital de Desarrollo 2020 - 2024. 26

1.2.8. Delimitación y reglamentación de las áreas de desarrollo naranja en Bogotá. 28

Capítulo 2 ¿Cuáles son los personajes de la Economía Naranja? **32**

2.1 Industrias Culturales y Creativas 34

2.1.1. ¿Cómo definen las instituciones gubernamentales las Industrias Culturales y Creativas? 34

2.1.2. ¿Cuál es el origen del término “Industria Cultural”? 37

2.2. Propiedad Intelectual 41

2.3.1. El arte como conocimiento. 44

2.3.2. Los TLC versus los derechos culturales 46

Capítulo 3. ¿Dónde sucede la Economía Naranja?..... 53

3.1. Infraestructuras teatrales en Bogotá 53

3.2 Áreas de Desarrollo Naranja – ADN..... 55

Desenlace: Acciones y verbos activos..... 59

Anexo 1: Glosario económico 68

Bibliografía..... 74

Introducción

En octubre de 2021, cuando la ciudad y el mundo entero aún afrontaban con incertidumbre la pandemia del COVID 19, la Agencia de Promoción de Inversión para Bogotá*, Invest in Bogotá*[1], señalaba en una nota de prensa que la ciudad, además de ser miembro de la Red de Ciudades Creativas de la Música de la UNESCO y sede de festivales y ferias de talla mundial, se había posicionado como un epicentro para las industrias creativas en la región. La misma nota indicaba que según el DANE la Economía Naranja representa $4 billones para Bogotá (Invest in Bogota, 2021).

En 2019 la Alcaldía de Bogotá[2] –a través de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, y la Cámara de Comercio de Bogotá– realizó un estudio sobre los sectores de las artes escénicas, el audiovisual, las artes plásticas, la música, los libros y publicaciones, y las entidades sin ánimo de lucro; como insumo para la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa 2019-2038, aprobada el 24 de septiembre de 2019 por el Conpes Distrital 02. Además de contener un marco conceptual unificado, este documento ha servido para dar lineamientos en lo que respecta a la creación de las Áreas de Desarrollo Naranja o Distritos Creativos, así como los convenios, alianzas y estrategias que la administración distrital y nacional tienen dispuestas para las empresas de bienes y servicios culturales y creativos.

Aunque la Alcaldía Mayor de Bogotá y los diferentes gobiernos que han estado presentes durante la formulación e implementación de la Economía Naranja, han desarrollado diferentes estrategias comunicativas - adoptar el término de Industrias Creativas en vez de Economía Naranja o el de Distritos Creativos por el de Áreas de Desarrollo Naranja, de tal manera que la desaprobación de

---

[1] Iniciativa público-privada entre la Cámara de Comercio de Bogotá y el Distrito Capital, que en su página web se presenta como el articulador del ecosistema de emprendimiento de la ciudad.

[2] Con recursos del Fondo Internacional para la Diversidad Cultural de la UNESCO

la gestión del Presidente de la República[3] no se relacionara con su propuesta de la Economía Naranja-, el enfoque de esta política sigue generado gran polémica en el sector cultural de la ciudad, ya sea por quienes consideran que han sido insuficientes o confusas las medidas para su implementación, como por quienes manifiestan que el objetivo de esta política es promover una excesiva concentración a beneficio de las empresas multimedia, en donde Colombia se convertiría en una maquila cultural y los contenidos se homogenizarían afectando de manera estructural la apropiación e identidad cultural como nación (Arango, 2021). Ambas posiciones coinciden en que este nuevo enfoque de la cultura es limitado y no ha logrado la aceptación mayoritaria del sector artístico, entre otras cosas, porque se ha centrado en el fortalecimiento de las industrias creativas por encima de las culturales, lo que ha desmotivado a quienes tenían una esperanza en que su labor artística tuviese una mejoría en el posicionamiento social y corresponsabilidad económica para una vida digna.

Algunos analistas económicos y organizaciones culturales a nivel nacional hacen apreciaciones más profundas en cuanto al impacto económico, político, social y cultural que tiene la Economía Naranja para la sociedad en general. Algunas de estas apreciaciones, incluyen las relaciones desiguales con los oligopolios del entretenimiento y las telecomunicaciones quienes se fortalecen con los beneficios tributarios otorgados por el Gobierno Nacional, así como la especulación financiera por medio de bonos naranja.

---

[3] Según la Encuesta Invamer de diciembre de 2021, el lugar en donde peor aprobaron la gestión del presidente Iván Duque fue en Bogotá, en la que se le calificó con el 80.4% de desaprobación. Consultado el día 10 de diciembre de 2021 del portal web: https://www.infobae.com/america/colombia/2021/12/06/desaprobacion-de-ivan-duque-ronda-el-70-colombianos-con-mayores-ingresos-son-los-que-peor-lo-calificaron/

Las instancias de participación ciudadana del sector cultural en la ciudad[4] que promovieron el Pacto por la Cultura en Bogotá firmado por la alcaldesa Claudia López, proponen un cambio de enfoque sobre el modelo cultural, diferenciándose de la Economía Naranja al plantear el acceso a la cultura como derecho, la descentralización de la oferta cultural, condiciones laborales de artistas y gestores culturales, y el fortalecimiento a las organizaciones comunitarias y organizaciones sin ánimo de lucro, entre otros aspectos.

Este énfasis de la Economía Naranja, que está tan de boga en los últimos años, también ha recibido críticas desde el sector teatral –particularmente de larga trayectoria-. Con frecuencia, estas críticas han estado más asociadas a afinidades políticas que a un análisis profundo del sector, lo que no permite que las manifestaciones sobre esta política sean tomadas seriamente por parte de las demás organizaciones culturales que han investigado a profundidad este tema, así como por la administración distrital y nacional. Estos últimos siguen impulsando una política avasalladora de la Economía Naranja desde los Planes de Desarrollo y el Plan de Ordenamiento Territorial (POT), dejando muchos vacíos en su implementación y aislándose de las necesidades de artistas.

El objetivo de esta investigación es ofrecer un panorama de los asuntos estratégicos asociados a la Economía Naranja con el fin de darle el lugar que le corresponde a cada sector y a las diferentes formas de producción. Esto nos permitirá entender por qué la mercantilización de las artes y en particular del teatro es contraria a su propio desarrollo y por consiguiente afecta los derechos culturales de la sociedad.

Para lograr este propósito, he estructurado este documento en cuatro (4) partes. La primera, denominada *El libreto de la Economía Naranja*, presenta la forma en que se estipula la jerarquía de las normas y políticas de manera general, para después presentar una selección de los instrumentos

[4] Sistema distrital de arte, cultura y patrimonio - Decreto 480 de 2018.

normativos de la implementación de la Economía Naranja. La segunda parte se titula *Los Personajes de la Economía Naranja*, con personajes identificados del análisis de las normas del apartado anterior. Allí se explica que las Industrias Culturales y Creativas y la Propiedad Intelectual son los actores determinantes de esta narrativa. En tercer lugar, se encuentra el capítulo *¿Dónde se desarrolla la Economía Naranja en Bogotá?* En él se describe, por un lado, el contexto de la infraestructura cultural teatral de la ciudad y por otro, las Áreas de Desarrollo Naranja propuestas por el Gobierno Nacional y reglamentadas por el Distrital. Finalmente, presento a modo de conclusiones, *Las acciones y verbos activos,* que invitan a que nos pensemos como creadores y dramaturgos de nuestras políticas culturales y que no deleguemos esta responsabilidad a otros agentes intermediarios, que no conocen el impacto social de nuestro quehacer artístico. Se incluye en este documento un anexo que contiene conceptos y nociones del campo de la economía que son de uso común dentro de la narrativa de la Economía Naranja para ampliar los marcos conceptuales y evitar que se sigan imponiendo algunos conceptos de sentido común pero que involucran en su definición perspectivas ideológicas específicas negando la multiplicidad de interpretaciones, perspectivas y usos que sobre la economía existen.

Capítulo 1. El libreto de la Economía Naranja en Bogotá

En teatro, para dilucidar el contexto y el subtexto de una obra y así darle vida a cada personaje, o como se le conoce más coloquialmente "abrir el texto", lo primero que hace un actor o actriz generalmente, es leer varias veces la obra, saber de qué trata, entender su historia, identificar los personajes, las posibles relaciones entre ellos, las características del personaje que le ha sido asignado, cuál es su rol en el argumento y en qué momentos entra y sale del escenario, señalar los verbos de acción, las intenciones, etc. Esa manera de indagar en el teatro permite definir las preguntas estratégicas para entender de manera holística esta investigación y emplear un lenguaje narrativo que permite una lectura más próxima para las personas dedicadas a la práctica teatral a quienes principalmente va dirigido este trabajo.

En esta primera parte se hace un acercamiento preliminar al contenido de las normativas y políticas en Bogotá sobre la Economía Naranja y se arrojan las preguntas iniciales que se abordarán a lo largo de la investigación.

1.1 ¿Qué tipo de documentos de la política pública hacen referencia a la Economía Naranja en Bogotá?

A modo general, sabemos que nuestra Constitución Política es el documento rector del cual se derivan las leyes, luego están los decretos que especifican, desarrollan o modifican elementos de la ley, por ejemplo, en nuestra constitución se plantea que la cultura es un derecho[5] en los artículos 70, 71 y 72, de los que se deriva la Ley General de Cultura. No obstante, tenemos el Decreto 1080 de 2015

[5] Artículos 70, 71 y 72 de la Constitución Política de Colombia de 1991

que desarrolla y organiza las normas que sobre el sector existen posteriores a la Ley General de Cultura. Sin embargo, otros documentos complementan la producción normativa para la implementación de políticas públicas, que materializan en gran parte las decisiones del Estado, razón por la cual antes de presentar la selección de documentos a analizar y en aras de estimular la participación crítica y propositiva de las y los artistas sobre las decisiones políticas de las que trata esta investigación, es importante identificar las diferencias entre la organización jerárquica de las normas y documentos rectores del poder público, ya que el uso indiscriminado de los términos puede hacer que se malinterprete su origen y alcance.

Ley: El carácter general de la ley es mandar, prohibir, permitir o castigar. Es la norma jurídica de mayor rango, después de la constitución política, emanada por el Congreso de la República y expedida para llevar el control de la conducta social establecida con carácter permanente. Es aquella que establece obligaciones y/o deberes jurídicos y otorga derechos, el incumplimiento de una ley puede dar lugar a una sanción impuesto por la misma. Existen varios tipos de leyes (ordinaria, orgánicas y estatutarias), las leyes estatutarias son las más importantes y las que toman más tiempo de debate pues desarrollan derechos fundamentales, tienen un trámite especial y control previo de constitucionalidad, es decir que antes de enviarlas para sancionar las revisa la Corte Constitucional, en orden de jerarquía le siguen las leyes orgánicas que también requieren un trámite especial debido a que regulan la función legislativa, señalándole límites y condicionamientos al Congreso. Finalmente, están las ordinarias que son las leyes con tramitación sencilla y que para su aprobación no requiere el total de los asistentes de la corporación o comisión en la que se tramite. Para el caso de las leyes referenciadas en esta investigación y en general de todos los temas culturales su trámite es como ley ordinaria.[6]

---

[6] La Cultura no es un derecho fundamental dentro de la Constitución Política de Colombia.

Decreto: Es un acto administrativo promulgado por el poder ejecutivo con contenido normativo reglamentario sin necesidad de ser sometida al órgano legislativo. Por otra parte, la naturaleza de los decretos que expide el Presidente de la República son clasificados de manera general, en decretos legislativos, con fuerza de ley y decretos administrativos, así:

Decretos Legislativos: Son aquellos por medio de los cuales el Presidente de la República declara los estados de excepción, previstos en los artículos 212 (guerra exterior), 213 (estado de conmoción interior) y 215 (estado de emergencia económica, social y ecológica[7]) de la Constitución Política.

Decretos Leyes: Son aquellos que expide el Presidente con base en una ley de facultades extraordinarias conferidas por el Congreso de la República, cuando la necesidad lo exija o la conveniencia pública lo aconseje, estas disposiciones tienen la misma jerarquía de una ley expedida por el Congreso de la República.

Decretos Administrativos: Son aquellos que profiere el Presidente o el Gobierno en cumplimiento de sus funciones administrativas, cuya finalidad es la aplicación concreta de disposiciones constitucionales, legales o reglamentarias.

Decretos Reglamentarios: Son aquellos que expide el Presidente de la República necesarios para la cumplida ejecución de las leyes.

Conpes: Es el Consejo Nacional de Política Económica y Social y está catalogado como la máxima autoridad nacional de planeación y se desempeña como organismo asesor del Gobierno en

[7] Durante la pandemia de Covid19 en el 2020 se declaró estado de emergencia económica y social, lo que le permitió al presidente emitir decretos con fuerza de ley.

todos los aspectos relacionados con el desarrollo económico y social del país. No dicta decretos, sino que da la línea y orientación de la política macro. De sus recomendaciones se basan los planes y programas de desarrollo, los planes de inversión pública y los lineamientos del presupuesto general que cada año se presenta al Congreso de la República. El CONPES actúa bajo la dirección del Presidente de la República y lo componen como miembros permanentes con derecho a voz y voto, el Vicepresidente de la República, todos los Ministros, el Director del Departamento Administrativo de la Presidencia de la República, el Director del Departamento Nacional de Planeación, y el Director del Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación – Colciencias.

Conpes D.C.: El Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C.) es una instancia de coordinación y autoridad de planeación distrital, cuyo objetivo principal es la articulación de los esfuerzos distritales en materia de política pública para la elaboración, implementación y seguimiento a las políticas públicas distritales, garantizando la unidad de criterio y la coordinación de las actividades de las distintas unidades ejecutoras de la política económica y social. Sus funciones son:

- Orientar y asesorar los aspectos relacionados con el desarrollo económico y social del Distrito Capital.
- Analizar, identificar y priorizar las necesidades de la ciudad a ser atendidas mediante políticas públicas u otros instrumentos de planeación.
- Estudiar, analizar y aprobar las políticas públicas y los planes de acción que sean presentados para su aprobación, así como sus modificaciones.
- Estudiar, analizar y aprobar los planes y programas relacionados con las necesidades de la ciudad priorizadas.

- Estudiar los informes que se le presenten a través de su Secretaría Técnica, sobre la ejecución y evaluaciones de las políticas públicas, los planes y programas, y recomendar las medidas que deban adoptarse para su cumplimiento.
- Dar las directrices y definir la agenda de evaluación de las políticas públicas, los planes y programas del Distrito Capital.

El CONPES D.C. es presidido por quien haga las veces de Alcalde(sa) Mayor y conformado por los Secretarios de Despacho, los Altos Consejeros del Distrito serán invitados permanentes a las sesiones. La Secretaría Técnica del CONPES D.C., está a cargo de la Secretaría Distrital de Planeación.

Acuerdo Distrital: Es la manifestación de voluntades que tiene como finalidad producir efectos jurídicos; el principal efecto, es su obligatoriedad para las partes que lo otorgan naciendo para las mismas obligaciones y derechos. En el caso del Distrito, es la norma que adopta la gestión del Concejo de Bogotá –máxima instancia política y administrativa de Bogotá, elegida por voto popular– para promover iniciativas acordes a sus perspectivas políticas de bancada. Estas iniciativas pueden ser presentadas tanto por las y los cabildantes, como por las entidades administrativas de la alcaldía mayor. Entre los acuerdos más importantes para el Distrito se encuentran: el Acuerdo del Plan Distrital de Desarrollo y el del Plan de Ordenamiento Territorial - POT. Su disposición es de obligatorio cumplimiento casi que con fuerza de Ley.

Plan de Desarrollo: Un plan de desarrollo (Ley - Acuerdo Distrital) es una herramienta de gestión y planeación que promueve el desarrollo social en un determinado territorio. De esta manera, sienta las bases para atender las necesidades insatisfechas de la población y para mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos. Es la materialización y hoja de ruta de las propuestas de cada gobierno nacional o distrital según sea el caso.

Política pública: La política pública se inscribe como un proceso de planeación que define una visión de largo plazo que sobrepasa los periodos de administración de los gobiernos y orienta el proceso de cambio frente a realidades sociales relevantes. Es un instrumento de planeación orientado a la acción para lograr objetivos prioritarios, fruto de un proceso de concertación intersectorial y co-creación, en el que participa la administración distrital, la ciudadanía, la sociedad civil, los gremios, la academia, etc.

La política pública podemos comprenderla como el resultado de una acción colectiva que se desarrolla en lo público y de una serie de transacciones políticas, en donde el gobierno ya no tiene como único objetivo ejecutar lo planeado, sino también garantizar la coordinación y la cooperación de los actores clave. Lo anterior recalca dos elementos fundamentales del concepto: lo político y lo público. (Archivo General de la Nación Colombia, 2018)

Teniendo en cuenta los anteriores conceptos, se podría plantear a modo general que, el Conpes nacional y distrital son documentos rectores que orientan la política pública y permiten una articulación entre entidades y algunos actores de la ciudadanía, pero su cumplimiento está determinado por la gestión de cada gobierno, mientras que la Ley y el Acuerdo Distrital son de obligatorio cumplimiento al ser del poder legislativo – administrativo, en algunos casos requieren un decreto reglamentario para su ejecución. Sin embargo, tanto el Conpes como la política pública trascienden la vigencia de cuatro años establecida como término para cada gobierno.

1.2 Políticas y normas para la implementación de la Economía Naranja en Bogotá.

Una vez definidos los términos, se presenta a continuación una breve descripción de las políticas y normas que deben ser tenidas en cuenta a la hora de hacer un análisis de la Economía Naranja. No sin antes advertir que las políticas y normas distritales están determinadas por las nacionales, por ello, para hablar de Bogotá debemos enunciar también las que orientan a todo el país.

1.2.1. Política nacional para la promoción de las Industrias Culturales en Colombia**.**

Número de norma	CONPES 3659 de 2010
Entidad Emisora	Consejo Nacional de Política Económica y Social - Conpes-
Título o tema	Política Nacional para la Promoción de las Industrias Culturales en Colombia.
Alcance	Nacional
Año	2010
Descripción / Aspectos Clave	El objetivo central de esta política es aprovechar el potencial competitivo de las industrias culturales y alcanzar elevados niveles de productividad para promover el ingreso y el empleo en el sector de las ICC (Consejo Nacional de Política Económica y Social, 2010). Tiene cinco líneas estratégicas orientadas a superar los obstáculos identificados en la esfera de la circulación de bienes y servicios de las industrias culturales, –especialmente para las empresas de menor tamaño del sector– y ampliar el acceso al financiamiento y a los instrumentos públicos de desarrollo empresarial. También se hace énfasis en el

	componente de formación especializada en artes y cultura, y en la promoción del uso de nuevas tecnologías. Adicionalmente, se propone una línea estratégica orientada a reducir la concentración regional de las industrias culturales, mediante el aprovechamiento del potencial local en diferentes regiones del país. Por último, en términos de propiedad intelectual, promueve la formación en derechos de autor para la protección de las obras en entornos digitales, y deja abierta la posibilidad de revisar los acuerdos bilaterales para avanzar en la internacionalización de la cultura.
Enlace	Http://www.acpi.org.co/wp-content/uploads/2013/09/CONPES-INDUSTRIAS-CULTURALES.pdf

1.2.2. Ley Naranja

Número de norma	Ley 1834 de 2017
Entidad Emisora	Congreso de la República de Colombia
Título o tema	Ley Naranja, por medio de la cual se fomenta la economía creativa.
Alcance	Nacional
Año	2017

Descripción / Aspectos Clave	La presente ley tiene como objeto desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas. Estas serán entendidas como aquellas industrias que generan valor debido a sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual. (Congreso de la República, 2017) Esta ley abre la posibilidad de vincular varios sectores no identificados como creativos hasta la fecha, para incluirlos en el listado de las ICC; por ejemplo, el sector textil, marroquinería, zapatería, producción de tapetes, de cerveza, actividades de parques de atracciones, entre otros. Define siete (7) conceptos para la estrategia de la gestión: información, instituciones, industria, infraestructura, integración, inclusión, e inspiración. Es importante aclarar, que al hablar de "integración" se hace alusión a los Acuerdos de Libre Comercio suscritos con uno o varios países a la vez. También define la composición del Consejo Nacional de Economía Naranja y plantea la necesidad de fortalecer la cuenta satélite en los indicadores de la Economía Naranja. Finalmente, propone una fuente de financiación para el sector por medio de créditos en Bancoldex y Findeter y la

	expedición de bonos naranja para la especulación financiera.
Enlace	Https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201834%20DEL%2023%20DE%20MAYO%20DE%202017.pdf

1.2.3. Plan Nacional de desarrollo 2018-2022 / X Pacto por la protección y promoción de nuestra cultura y desarrollo de la Economía Naranja.

Número de norma	Ley 1955 Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2018-2022 "Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad" y Bases del Plan Nacional de Desarrollo
Entidad Emisora	Gobierno Nacional y Congreso de la República de Colombia
Título o tema	X Pacto por la protección y promoción de nuestra cultura y desarrollo de la Economía Naranja.
Alcance	Nacional
Año	2019
Descripción / Aspectos Clave	Descripción de la implementación y enfoque de la Economía Naranja en el país, para lo cual propone dos programas: 1) Colombia naranja: desarrollo del emprendimiento de base artística, creativa y tecnológica

para la creación de nuevas industrias y 2) Todos somos cultura: la esencia de un país que se transforma desde los territorios, ambos programas suman 6.028 miles de millones de pesos (2018) (Congreso de la República, 2019). Sin embargo, los aspectos estratégicos de la Economía Naranja se resaltan en otros apartados del Plan Nacional de Desarrollo, como se evidencia en el acápite *II. Pacto por el emprendimiento, la formalización y la productividad: una economía dinámica, incluyente y sostenible que potencie todos nuestros talentos*, donde se hace referencia directa a la Economía Naranja y se da un marco al desarrollo de la economía creativa. También enuncia algunos artículos que van dirigidos al desarrollo de la Economía Naranja en temas de patrimonio material e inmaterial como por ejemplo en el *Pacto por la legalidad (*artículo 83) el cual crea una excepción al artículo 10 de la Ley General de cultura (Ley 367 de 1997) permitiendo la embargabilidad, prescriptibilidad y alienabilidad en bienes de interés cultural que conforman el patrimonio cultural de la Nación que sean propiedad de entidades públicas, abriendo paso al usufructo de los

	bienes culturales del país, uno de los principios de la Economía Naranja.
Enlace	http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/30036488

1.2.4. Plan de Desarrollo económico, social, ambiental y de obras públicas para Bogotá D.C. 2016- 2020

Número de norma	Acuerdo 645 de 2016
Entidad Emisora	Concejo de Bogotá D.C.
Título o tema	Plan de Desarrollo económico, social, ambiental y de obras públicas para Bogotá D.C 2016- 2020.
Alcance	Bogotá
Año	2016
Descripción / Aspectos Clave	Documento referente de acciones y políticas de la Administración Distrital que establece como uno de sus pilares la Construcción de Comunidad y Cultura Ciudadana. En lo que respecta a esta indagación, el documento plantea mejorar las oportunidades para el desarrollo a través de la cultura, la recreación y el deporte. Institucionaliza la Gerencia para el Centro de Bogotá, enfocada en garantizar su desarrollo y preservar el patrimonio histórico, cultural, que

	fomente el turismo y las industrias creativas; para lo cual definirá la política pública que garantiza la recuperación y mejoramiento del Centro de Bogotá D.C., a través de la coordinación con las alcaldías locales y articulación gubernamental, contemplando la participación ciudadana del sector comunitario, comercial y educativo, entre otras disposiciones.
Enlace	http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/portalsdp/Noticias2016/Bogota_tiene_nuevo_plan_de_desarrollo/Acuerdo%20645%20de%202016.pdf

1.2.5. Acuerdo Naranja.

Número de norma	Acuerdo 709 de 2018
Entidad Emisora	Concejo de Bogotá D.C.
Título o tema	Acuerdo Naranja
Alcance	Bogotá
Año	2018
Descripción / Aspectos Clave	Por el cual se establecen lineamientos para el fomento, promoción, incentivo y desarrollo de la Economía Naranja en el Distrito Capital y se adoptan otras disposiciones (Concejo de Bogotá, 2018). La

	creación de la Política Pública Distrital de Emprendimiento Cultural e Industrias Culturales y Creativas, comprendidas en la Economía Naranja, estaría a cargo del Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital - CONPES D.C., el cual adelantará la articulación en la formulación, la implementación y el seguimiento de las políticas públicas distritales. En su diseño e implementación podrán participar, además del Gobierno Distrital, los sectores públicos, privados, colectivos, organizaciones gremiales y no gubernamentales, considerando una perspectiva poblacional y territorial. También se habla de la creación de un fondo para la promoción de las actividades asociadas a la Economía Naranja, así como para la creación de infraestructura. Las entidades responsables del desarrollo de este acuerdo son Secretaria Distrital de Desarrollo Económico y la Secretaria Distrital de Cultura, Recreación y Deporte.
Enlace	Http://concejodebogota.gov.co/cbogota/site/artic/20181108/asocfile/20181108141200/acuerdo_no__709_de_2018.pdf

1.2.6. Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa 2019 – 2038.

Número de norma	CONPES D.C. 2 de 2019
Entidad Emisora	Consejo Distrital de Política Económica y Social del Distrito Capital
Título o tema	Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa 2019 – 2038
Alcance	Distrital
Año	2019
Descripción / Aspectos Clave	El objetivo general de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa es: Generar un entorno propicio para el desarrollo cultural, social y económico de la ciudad, a través del fomento, promoción, incentivo y desarrollo de la Economía Cultural y Creativa, en el marco del reconocimiento, respeto y promoción de los derechos y libertades culturales, y de la Agenda Bogotá Cultural 2038. (Consejo Distrital de Política Económica y Social del Distrito, 2019) Esta política unifica las definiciones de los principales conceptos asociados a la economía creativa o naranja, plantea un diagnóstico basado en el enfoque

	diferencial y enumera los actores nacionales y distritales que puedan afectar las distintas medidas de política pública identificadas, además de desarrollar la formulación de la política en 5 grandes objetivos: 1) Promover espacios adecuados para el desarrollo de actividades culturales y creativas 2) Fortalecer el capital humano del sector cultural y creativo 3) Ampliar mecanismos de apoyo financiero dirigido a los agentes del sector cultural y creativo 4) Apoyar estrategias de ampliación de mercado para los agentes del sector cultural y creativo 5) Promover líneas de gestión de conocimiento del sector cultural y creativo.
Enlace	Https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/adjuntos_paginas_2014/conpes_02_economia_cultural_y_creativa_0.pdf

1.2.7. Plan Distrital de Desarrollo 2020 - 2024.

Número de norma	Acuerdo No. 761 DE 2020[8]

[8] El PDD tuvo ajustes en metas que se adecuaron a la realidad social, económica y de salud pública que atravesaba el mundo en ese entonces relacionada con la pandemia del Covid19.

Entidad Emisora	Concejo de Bogotá, D.C.
Título o tema	"Por medio del cual se adopta el plan de desarrollo económico, Social, ambiental y de obras públicas del distrito capital 2020-2024 "un nuevo contrato social y ambiental para la Bogotá del siglo XXI" en donde se dan los lineamientos generales a todas las secretarías sobre la propuesta de gobierno, la cual incluye el desarrollo de las Áreas de Desarrollo Naranja en Bogotá.
Alcance	Distrital
Año	2020
Descripción / Aspectos Clave	En lo relacionado a la priorización de las acciones del sector Cultura, Recreación y Deporte en la ejecución del Plan Distrital de Desarrollo, Art 35 numeral 3 literal d, se plantea la necesidad de invertir recursos para el reconocimiento, creación - estructuración, consolidación y/o posicionamiento de los Distritos Creativos, así como de espacios adecuados para el desarrollo de actividades culturales, creativas, artísticas y del deporte, para fortalecer los programas de la cadena de valor de las industrias culturales, creativas y artísticas, así como la creación de clústeres

	de la economía del deporte, la recreación y la actividad física.
Enlace	https://bogota.gov.co/sites/default/files/acuerdo-761-de-2020-pdd.pdf

1.2.8. Delimitación y reglamentación de las áreas de desarrollo naranja en Bogotá.

Número de norma	Decreto 280 de 2020
Entidad Emisora	Alcaldía Mayor de Bogotá
Título o tema	"Por medio del cual se declaran, reconocen y delimitan Áreas de Desarrollo Naranja – Distritos Creativos en Bogotá D.C."
Alcance	Distrital
Año	2020
Descripción / Aspectos Clave	El decreto permite dar un marco normativo de las Áreas de Desarrollo Naranja en Bogotá para su adecuada formulación dentro del Plan de Ordenamiento Territorial. Establece que las 12 ADN – una adicional a las propuestas inicialmente- se reconozcan como centro de actividad económica y creativa, para la renovación urbana y la generación de

	empleos, entre otras. También establece una lista de las actividades industriales o económicas de carácter creativo que se promueven en estas zonas, las cuales varían desde la fabricación de tapetes y alfombras para pisos y todo lo relacionado con la producción y comercialización del sector textil y de marroquinería, hasta las actividades asociadas a la joyería, el transporte y la educación. Hace un especial énfasis en la innovación y las actividades asociadas al manejo web, posproducción y servicios de publicidad.
Enlace	https://economianaranja.gov.co/media/poycqd01/decreto-280-de-2020.pdf

La revisión realizada para estructurar el listado anterior permitió identificar algunos desarrollos de la administración distrital y nacional sobre las perspectivas, alcances y definiciones de la Economía Naranja. Si bien es cierto que el primer documento nacional *CONPES 3659* se formuló hace un poco más de una década, los desarrollos normativos y de política se han dado en los últimos 6 años. Bogotá, en particular, incorpora en los dos últimos Planes de Desarrollo (2016-2020 y 2020-2024) elementos que permiten materializar aspectos que, hasta el momento, la ciudad no contemplaba en sus políticas y desarrollos más puntuales como los que se dan en el Acuerdo 709 de 2018 y Decreto 280 de 2020. Dos elementos que vale la pena resaltar de esta revisión son:

- El CONPES 3659 de 2010 Política Nacional para la Promoción de las Industrias Culturales en Colombia, antecedente de la Ley de Economía Naranja en Colombia, adopta

las recomendaciones del Documento Conpes 3533 (2008) *Bases de un Plan de Acción para la adecuación del Sistema de Propiedad Intelectual a la productividad y la competitividad nacional 2008-2010*, y establece que uno de sus objetivos es regular la propiedad intelectual, condición para avanzar en sus relaciones comerciales con otros países, ya que esto determina el grado de acceso a patentes, tecnología y conocimiento que se puede llegar a intercambiar o no entre una nación y otra. En términos comerciales esto está determinado por los aranceles, por lo cual es un tema estratégico en el análisis de la Economía Naranja en Bogotá, que se repite y actualiza en los documentos posteriores relacionados con las industrias culturales y creativas.

- Un mayor posicionamiento del término "economía creativa" con relación al de "Economía Naranja", sin que esto implique necesariamente un cambio de enfoque. Tal y como se entrevé en la Política Pública de Industrias Culturales y Creativas donde se menciona que "en el año 2013, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) creó el término de Economía Naranja como otra manera de referirse a la economía creativa" (Consejo Distrital de Política Económica y Social del Distrito, 2019, pág. 40). Al parecer, hay un uso indiscriminado de los términos que se debe más a la necesidad de diferenciarse de la propuesta política de un gobierno en particular, que de su contenido, tal y como se evidenció en la Asamblea Distrital de Arte Cultura y Patrimonio de 2017 en Bogotá, en donde luego del debate sobre Economía Naranja entre los concejales Manuel Sarmiento -en contra- y Andrés Forero - a favor-, la impopularidad que generó la temática implicó que el equipo de Economía Naranja de la Secretaría Distrital de Cultura Recreación y Deporte a cargo de formular la Política Pública de Industrias Culturales y Creativas cambiara su nombre a economía creativa para su socialización.

Dado que el documento *CONPES D.C. 2 Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa 2019 – 2038* es el que reúne y profundiza los aspectos esenciales y toma de los demás documentos los acuerdos necesarios para una reglamentación en Bogotá, será el documento rector de esta investigación y para efectos de la narrativa le llamaremos "el libreto" de la Economía Naranja en Bogotá. Así como en el teatro, el libreto indica las circunstancias dadas, define los roles o personajes, plantea los diálogos y el argumento central de su autor para el trabajo de la dirección y de las actrices y actores, elementos necesarios a la hora de realizar una representación tradicional. Sin embargo, la dramaturgia contemporánea nos plantea que la escritura de una obra no se reduce al libreto de un autor, sino que se completa con la perspectiva, interacciones y creaciones de sus intérpretes, algo que analizaremos más adelante.

Capítulo 2 ¿Cuáles son los personajes de la Economía Naranja?

En el discurso de posesión, el presidente de la República Iván Duque -coautor de la Ley Naranja-, sitúa a la cultura como factor de cambio para la economía nacional. Por consiguiente, se podría pensar que la cultura es el énfasis, la estrella en el drama de la Economía Naranja, pero la realidad es que al adentrarnos en los elementos de la Economía Naranja la palabra cultura está relegada por otras más llamativas que sí pasaron la audición.

> "...Yo estoy convencido, como lo dijo en alguna ocasión Federico García Lorca cuando fue a inaugurar la biblioteca de su pueblo, Fuente Vaqueros, en España, que hay que entregar un pan y un libro, porque no hay peor hambre que el hambre de conocimiento, que no se puede saciar.
>
> Y quiero que este sea el gobierno que acerque la cultura a los ciudadanos, que acerque la música a los niños, que acerque la literatura, que acerque las artes y que esos sean los instrumentos también donde el talento se convierte en riqueza y oportunidades…" *(Duque, 2018)*

En el discurso oficial se resalta el papel de la cultura como sector privilegiado para generar riqueza y oportunidades, pero este es entendido en un sentido limitado respecto al que señala la Ley de Cultura (397/97) en su primer artículo: "... el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a los grupos humanos y que comprende, más allá de las artes y las letras, modos de vida, derechos humanos, sistemas de valores, tradiciones y creencias…" (Congreso de la República, 1997)

El discurso presidencial lo deja entrever cuando manifiesta que:

> "Nos la vamos a jugar por las industrias creativas, por la Economía Naranja. Nos la vamos a jugar para que este país tenga la posibilidad de ver en los emprendedores tecnológicos unos nuevos protagonistas del progreso (...)
>
> (...) Vamos a diversificar nuestra producción y nuestras exportaciones para que haya mentefacturas, para que dejemos de depender tanto en recursos que tarde que temprano se van a agotar y le agreguemos valor con nuestras marcas, nuestros diseños, nuestra inventiva y nuestra creatividad.
>
> Quiero que las palabras y los sueños de los actores, los artistas, los fotógrafos, los directores de cine, los animadores digitales, los científicos, los médicos, los agroindustriales, los que están trabajando en la biotecnología, se conviertan en los términos que acaben para siempre palabras como "cabecillas" o "patrones" o "criminales". *(Duque, 2018)*

Es así como pasamos de ser artistas y gestores culturales a "mentefacturas" y creativos con enfoque empresarial, en donde el propósito ya no es ser fundamento de la identidad nacional, sino vanguardistas de modas digitales y comerciales.

Ahora bien, continuando con la narrativa de esta investigación, podemos señalar que en toda representación teatral para que exista el drama tiene que haber conflicto. Una manera en la que este se da es con la pugna entre los personajes. En lo que respecta al drama de la Economía Naranja, algunos personajes adquieren un mayor protagonismo y presentan tensiones –en sus definiciones o en la forma

en que son abordados en las políticas y normas reseñadas en el apartado anterior– haciendo de este acto un espectáculo con giros dramáticos inesperados.

2.1 Industrias Culturales y Creativas

La lectura inicial de las normativas del capítulo anterior permite identificar a dos[9] de los personajes más renombrados y quizás los que muchas personas consideran deberían ser los protagonistas de la obra de la Economía Naranja: las Industrias Culturales y Creativas, sin embargo, no logra articular a las artes en su conjunto debido a las múltiples definiciones y enfoques que sobre ellas recaen. A continuación, una selección de las variaciones del concepto de ICC.

2.1.1. ¿Cómo definen las instituciones gubernamentales las Industrias Culturales y Creativas?

El Conpes para la Promoción de las industrias Culturales en Colombia, desarrolla un marco conceptual que recopila los conceptos principales de las normativas y políticas que lo anteceden. En cuanto al concepto de ICC, lo toman de la Organización para las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en donde las definen de la siguiente manera:

> "Industrias culturales: Aquellos sectores productivos donde se conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en

[9] Aunque las ICC se presentan de manera articulada, a lo largo de la investigación queda claro que no sólo su significado es diferente, sino que al mencionarlas como un solo concepto se tiende a invisibilizar el desarrollo de las industrias culturales, lo que conlleva a interpretaciones económicas y de política pública que no necesariamente corresponden con la realidad de las organizaciones culturales, como se presentó en el informe anual del Ministerio de Cultura en diciembre de 2021, donde se presentó un incrementó durante la pandemia en el sector de las industrias culturales y creativa.

> contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por el derecho de autor. Las Industrias Culturales están integradas por: Audiovisuales (Cine, Televisión, Radio), Artes Escénicas (Música, Danza, Marionetas, Circo y Ópera), Conocimiento Tradicional (Festivales, Artesanías), Patrimonio Cultural (Museos, Bibliotecas, Sitios arqueológicos), Artes Visuales (Pintura, Escultura, Fotografía, Antigüedades), Literatura y Publicaciones (Libros, Prensa y otras publicaciones). Industrias Creativas: Denominación a la producción y comercialización de Servicios creativos (Arquitectura, Publicidad, Servicios y cultura), Media Interactiva (Contenidos digitales, Software, videojuegos, animaciones.) Y Diseño (interiores, gráfico, modas y joyería)". *(Consejo Nacional de Política Económica y Social, 2010)*

De esta definición de la UNESCO llama la atención que presenta de manera diferencial las industrias culturales de las creativas, en tanto que las culturales hacen alusión a las áreas estrictamente artísticas y en donde la propiedad intelectual se rige por el enfoque de derechos de autor, mientras que las creativas abarca otros sectores productivos en donde se prestan servicios más cercanos a contenidos digitales. Ahora bien, los conceptos que se desprenden de cada área artística no sólo son anticuados al desconocer las diferentes modalidades de práctica escénica que ya existían para entonces, sino que anulan el término teatro dentro de las artes escénicas. Esta omisión en la definición de la Unesco resulta extraña, siendo el teatro un campo profesional que en diversas partes del mundo ha alcanzado un desarrollo destacado no solo a nivel artístico sino también como industria cultural.

En cuanto a la definición dada por la Ley de Economía Naranja se entiende por Industrias Creativas a:

> "[...] los sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, y/o aquellas que generen protección en el marco de los derechos de autor. Las industrias creativas comprenderán de forma genérica –pero sin limitarse a–, los sectores editoriales, audiovisuales, fonográficos, de artes visuales, de artes escénicas y espectáculos, de turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, de educación artística y cultural, de diseño, publicidad, contenidos multimedia, software de contenidos y servicios audiovisuales interactivos, moda, agencias de noticias y servicios de información, y educación creativa." *(Congreso de la República, 2017)*

En la anterior descripción desaparece el término "industrias culturales" y se funde con el de "industrias creativas" descrito anteriormente por la UNESCO, abriendo la posibilidad de ampliar los sectores incluidos hasta el momento con elementos o productos provenientes de áreas como el diseño o publicidad, que tradicionalmente estaban por fuera del campo artístico.

En la Política Pública Distrital de la Economía Cultural y Creativa 2019 – 2038 se toman los conceptos de los documentos anteriormente mencionados y se aclara que:

"La diferencia entre las dos industrias (las culturales y las creativas) radica en lo que genera el valor del bien o servicio producido, ya que la industria cultural se centra en las actividades tradicionalmente asociadas al sector cultura, mientras que la industria creativa deriva su producción de actividades basadas en la creatividad y el capital intelectual,

susceptibles de generar valor económico y derechos de propiedad intelectual.” (Consejo Distrital de Política Económica y Social del Distrito, 2019)

La evolución de estos conceptos en la legislación colombiana sitúa a la creatividad no como algo nato a la existencia humana, sino como un capital intelectual susceptible de ser rentable, en la medida en que se comercialice o se limite su uso para aumentar su valor, todo entendido desde la “propiedad intelectual”, a quien se le podría señalar de antagonista en el drama de la Economía Naranja y de quien hablaremos más adelante.

2.1.2. ¿Cuál es el origen del término “Industria Cultural”?

Continuando con la indagación que hacemos en teatro, es importante ver los antecedentes de los personajes y estudiar su contexto. Para el caso de la “Industria Cultural”, este término se remonta a los años 1944 – 1947, tiempo en el que fue escrito el ensayo "La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas", escrito por Theodor Adorno[10] y Max Horkheimer[11], publicado en el libro "Dialéctica de la ilustración”. A diferencia del significado actual adoptado por entidades gubernamentales, en esos textos se hace una fuerte crítica a los medios de comunicación nacientes de ese entonces (cine, radio y fotografía).

El análisis de estos intelectuales parte del “iluminismo”, movimiento social que tuvo un gran impacto en la vida cultural, social y política en Europa del siglo XVIII, y una gran acogida por

---

[10] Theodor Ludwig Wiesengrund Adorno (1903 - 1969) fue un filósofo alemán de origen judío que también escribió sobre sociología, comunicología, psicología y musicología. Se le considera uno de los máximos representantes de la Escuela de Fráncfort y de la teoría crítica de inspiración marxista. (Wikipedia, s.f.)

[11] Max Horkheimer (1895 –1973) fue un filósofo, sociólogo y psicólogo judío alemán, conocido por su trabajo en la denominada teoría crítica como miembro de la Escuela de Fráncfort de investigación social. (Wikipedia, s.f.)

intelectuales como Locke, Diderot y Voltaire, entre otros. Este movimiento, también denominado ideología, hizo parte de luchas revolucionarias como la Revolución Francesa y su objetivo era hacer conciencia de la razón como el elemento de donde se desprenden las más profundas reflexiones de la especie humana para vivir un mundo sin desigualdades, en libertad, autonomía y dignidad, es decir que posicionaban a la razón como un elemento de transformación social.

Este pensamiento permitió a Adorno y Horkheimer explicar el poder que tenían las industrias culturales sobre las personas y que se da de manera imperceptible, en donde la industria cultural logra someter a la sociedad por medio de la masificación y el excesivo conformismo, convirtiendo a las personas en lo que las industrias quieren hacer de estas. Con este gran control, las industrias logran que los dominados demanden la ideología que esta misma quiere impartir. Y así, como un círculo vicioso, continúa la repetición de un mismo proceso. Esta repetición también está fundamentada en el hecho de que no hay innovaciones, pues se descartan los riesgos, al lanzar un nuevo producto se corre peligro de que no llame la atención. Por lo tanto, la industria decide continuar con lo mismo por miedo a fracasar. Así es como ellos deducen que la industria cultural acaba con la esencia del arte y por ende no se le debe confundir como tal.

En el artículo digital *El concepto de la industria cultural de Theodor Adorno* se señala que ".... en palabras de Adorno lo que la Industria Cultural elucubra no son ni reglas para una vida feliz, ni un nuevo poema moral, sino exhortaciones a la conformidad a lo que tiene detrás suyo los más grandes intereses" (El concepto de la industria cultural de Theodor Adorno, 2014). Esta "conformidad" que se confunde con "felicidad", señalan los autores, es una de las diferencias en términos ideológicos entre el entretenimiento y el arte, y el principal debate sobre la masificación de contenidos.

Como se observa, estos pensadores alemanes al comienzo del siglo XX elevaron sus críticas a la transformación cultural que traía consigo el fenómeno de masas de las nuevas tecnologías y el abuso

por parte del capitalismo estadounidense y el fascismo alemán sobre la mistificación[12] de la cultura. Plantearon que, al incluir la cultura en la industria y darle esa connotación capitalista, es decir un carácter ideológico específico, no solo la convertían en una mercancía, sino que la despojaron de su valor social al inducir en las personas al mismo sistema y asegurar su obediencia a los intereses del mercado.

Ahora bien, es importante tener en cuenta la distancia temporal de las definiciones y entender los cambios que han surgido en estas décadas. Sin embargo, no deja de inquietar el enfoque que a la cultura y en particular a las artes se le ha dado en el marco de las políticas culturales en Bogotá y que sigue siendo un elemento de análisis en nuestra contemporaneidad.

En este sentido, vale la pena destacar que autores como Néstor García Canclini, George Yúdice y Jesús Martín Barbero, en el contexto latinoamericano, han enfatizado sobre los vertiginosos cambios ocurridos durante los últimos veinticinco años en las relaciones entre cultura y sociedad. García Canclini, a partir de estudios de situaciones locales, analiza las transformaciones de aquello que llamamos "la cultura" –principalmente asociado a la identidad, el patrimonio histórico y la nación– a partir de la industrialización de la producción cultural, la cual amalgama bienes simbólicos con innovación tecnológica, economía y finanzas. Este autor hace hincapié en la necesidad de estudiar y comprender cómo ahora los procesos culturales se articulan con base en la inversión, el mercado y la globalización. A su vez, insiste en que el reconocer la importancia de las industrias culturales en el desarrollo económico de los países latinoamericanos no implica dejar de trabajar para evitar la subordinación de las producciones del país a una reorganización transnacional (García Canclini, Las industrias culturales y el desarrollo de México, 2006). Al respecto señala que:

---

[12] Mistificación: Acción y resultado de alterar o deformar el verdadero carácter de una cosa. Falsear una cosa para que deje de ser considerada verdadera o auténtica. Engañar.

> "En primer lugar, las industrias culturales han pasado a ser los actores predominantes en la comunicación y en la formación de la esfera pública. También ocupan, dentro de cada sociedad, un lugar más significativo que las manifestaciones artísticas y culturales tradicionales en la actividad económica para las altas inversiones que movilizan la generación de empleos y el intercambio económico y simbólico con otras naciones. Sin embargo, el tercer rasgo es contradictorio con los dos anteriores: en estos mismos años en que las industrias culturales ganan un lugar central se reduce la producción editorial, y cinematográfica de los países latinoamericanos y se transnacionaliza la propiedad de los medios de producción" *(García Canclini, 2000)*

Por su parte George Yúdice en su texto *El recurso de la cultura* reúne reflexiones sobre los significativos cambios de la cultura y plantea que la cultura ha sido elegida por el capital como fuerza constitutiva para la explotación, la acumulación y el crecimiento económico, en tanto la propiedad intelectual y los derechos de autor, como formas culturales constitutivas de la sociedad del conocimiento, son un nuevo yacimiento que pueden generar beneficios y utilidades económicas en manos de los productores y distribuidores. Sobre estas bases, el autor plantea una mirada crítica sobre el dinamismo de los campos de producción cultural como motores del crecimiento económico. (Yúdice, 2009)

Así mismo, Jesús Martín Barbero trazó en la década de los noventa "[…] las líneas de fuerza que marcan la evolución del concepto y su incorporación tanto al análisis de la producción cultural como al diseño de políticas en América Latina", brindando una mirada amplia que devela las

contradicciones, avatares y retos de este término en el contexto latinoamericano y colombiano (Martín Barbero, 1993).

2.2. Propiedad Intelectual

Otro de los personajes relevantes de la Economía Naranja es la propiedad intelectual. Incluso se podría afirmar que es la columna vertebral de esta política, tal y como lo explica John Hawkins en su libro *The Creative Economy*:

"Para utilizar la creatividad hay que determinar, ante todo, el mejor momento de explotar la naturaleza no rival de las ideas y, en segundo lugar, el momento idóneo para hacer valer los derechos de propiedad intelectual, e introducir las ideas en el mercado de la competencia entre productos. Las dos decisiones son el punto central del proceso de gestión en ese ámbito" (Hawkins, 2013)

Contrariamente a la relevancia del concepto dentro de la Economía Naranja, el uso del término "propiedad intelectual" sigue siendo desconocido en gran medida por el sector artístico de la ciudad. En la formación artística profesional pocas veces se habla de la Propiedad Intelectual, pese a que este es un tipo de propiedad que implica el derecho al goce y disposición sobre las creaciones del ingenio humano producidas por sus creadores. No se habla mucho, en principio, porque no hay necesidad de hacerlo, puesto que, para montar una obra dentro de un espacio académico –donde las obras son presentadas en ámbitos donde prima la gratuidad y un proceso de aprendizaje–, solo basta con tener la agudeza para encontrar el texto y listo. En algunas ocasiones se discute sobre la relación entre los conceptos de copia y originalidad, promoviendo discusiones estéticas en torno a las implicaciones de la práctica creativa, puntos de referencia que luego se transformarán para definir un estilo propio. Sin embargo, al enfrentarse a la vida profesional en el teatro o cualquier otro campo artístico, el debate sobre "tomar prestadas" algunas ideas ya no es solo una discusión estética, se vuelve un asunto legal, económico, cultural y político.

En el ámbito profesional y desde la perspectiva y lectura que permite hacer parte del Consejo Distrital de Arte Dramático en Bogotá, se podría afirmar que, en el imaginario del sector teatral, la propiedad intelectual se limita al pago que se le hace a un artista por usar su texto (dramaturgia), o al pago de Sayco[13] y Acinpro[14] por el uso de música para la presentación de una obra en un teatro. Sin embargo, –y en aras de eximirse del pago– se han difundido algunos mitos sobre los derechos de autor. Por ejemplo, que una vez transcurridos 100 años *post mortem* del autor de una obra, el texto queda para uso libre, desconociendo las normas que sobre los derechos de autor tienen en cada país y sus variaciones en el tiempo. Otro de los mitos más escuchados, es el de la "versión libre" creyendo que, si se hacen algunas modificaciones a una obra, esta automáticamente queda para uso libre. Estos mitos y otros que se oyen en los pasillos de los teatros sobre lo que es y no es el derecho de autor, han construido una idea distorsionada de su significado e importancia. No obstante, la realidad es más compleja y la legislación que la cobija también.

El *CONPES D.C. 2 Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa 2019 – 2038* recopila las definiciones generales de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual – OMPI las cuales son el punto de partida para englobar las discusiones que sobre los derechos de autor existen en el mundo y el marco legal que rige a Colombia.

---

[13] Sociedad de gestión colectiva de Derechos de Autor, sin ánimo de lucro, cuyo objeto principal es la recaudación y distribución de los derechos patrimoniales de autor generados por la Comunicación Pública y/o Reproducción de las obras musicales, literarias, teatrales, audiovisuales, de bellas artes, fotográficas y de arte aplicado, de titularidad de sus mandantes Nacionales y Extranjeros

[14] Asociación Colombiana de Intérpretes y Productores Fonográficos de Colombia, sociedad de gestión colectiva, única reconocida por la Dirección Nacional del Derecho de Autor, que representa los derechos conexos de sus socios: los artistas, intérpretes o ejecutantes, y los productores de fonogramas https://acinpro.org.co/quienes-somos/

Según la OMPI:

"la propiedad intelectual se relaciona con las creaciones de la mente (invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio)". Este concepto se divide en dos (2) categorías: (i) la propiedad industrial que hace referencia a una serie de derechos que puede poseer una persona natural o jurídica sobre una invención y abarca las patentes de invención, las marcas, los diseños industriales, la denominación de origen, entre otros; y (ii) los derechos de autor que hace referencia a los derechos de los creadores sobre sus obras literarias y artísticas, cobijando las obras literarias, la música, las películas, las pinturas, las fotografías, la escultura, hasta los diseños arquitectónicos, dibujos técnicos, los mapas, entre otros" (Consejo Distrital de Política Económica y Social del Distrito, 2019)

Las industrias creativas cuyo modelo de negocio involucra los bienes y servicios, y actividades de contenido creativo, cultural o artístico, pueden explotar aquellos activos intangibles amparados por la propiedad industrial y los derechos de autor. Por lo tanto, se requiere brindar asesoría y acompañamiento para la adecuada identificación, protección, gestión y explotación de sus activos intangibles.

El CONPES 2 enumeran algunas de las definiciones establecidas por la OMPI, sin embargo, no señala las diferencias de enfoque entre los derechos de autor y el copyright, los cuales equivocadamente se tratan como sinónimos. Los derechos de autor, proveniente del francés *droid d´auteur*, pueden ser morales o patrimoniales[15], mientras que el "*copyright*" anglosajón, que adoptó

[15] Los derechos patrimoniales se pueden vender o enajenar, los morales, no, por lo que siempre estarán en cabeza de quien ha sido su creador. Los derechos patrimoniales se pueden extinguir, en tanto los derechos morales no.

Estados Unidos, se centra casi exclusivamente en los derechos patrimoniales y por consiguiente en la intermediación entre la obra y su comercialización, dejando de lado al autor.

La Economía Naranja, por consiguiente, no es ajena a estos debates conceptuales y políticos, sino que por el contrario adopta una postura al respecto, al alinearse con el *copyright*, cuyo objetivo no necesariamente radica en garantizar los derechos culturales, sino que se centra en el consumo de bienes y servicios de manera estandarizada. Este enfoque desarrolla lo establecido por el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Estados Unidos y Colombia en donde "el criterio para definir la producción cultural es el de empresa del entretenimiento e industria cultural", validando la mercantilización de las artes para beneficio de los grandes monopolios del entretenimiento (Iregui, 2004).

2.3.1. El arte como conocimiento.

La discusión sobre la posesión y comercialización del conocimiento, que es en últimas la propiedad intelectual, implica problematizar conceptos como la creación, la propiedad, el conocimiento y el bien común. En ese orden de ideas la relación entre los debates de la innovación científica y la creación artística son más cercanos de lo que se cree, tal y como lo explican el curso Arte, ciencia y conocimiento de la Universidad Nacional del Litoral en Argentina:

"Al igual que la ciencia, el arte va más allá de lo que creemos que es la realidad: es una forma de pensamiento que despliega situaciones complejas, hace preguntas y plantea problemas. Igual que la tecnología, el arte transforma lo que hay a nuestro alrededor y lo vuelve otra cosa. Pero a diferencia de la ciencia y de la tecnología, el arte no da respuestas ni soluciones únicas, sino que nos hace participar, nos convoca para que pensemos opciones más allá de lo posible." (Universidad Nacional del Litoral, 2018)

Si el arte es conocimiento en donde coexisten la acción y la reflexión, puede considerarse que la educación y la experiencia artística son un proceso dinámico en donde aportan a la formación de

personas capaces de intervenir y participar en la sociedad actual; es decir, el arte es una oportunidad cognitiva nueva para que las personas desarrollen otras habilidades que les permita interpretar la realidad sociocultural con un pensamiento crítico.

Sin embargo, tanto el conocimiento científico y artístico, han sido elementos de negociación del TLC entre EE. UU. y Colombia, incluso cuando sabemos que las artes no han tenido un protagonismo en este acuerdo comercial, tal y como lo explica Jaime Iregui en el artículo *TLC impacta la cultura (¿continúa el medio del arte sin saberlo?)*:

> "Estados Unidos entiende la cultura desde el concepto de Empresas de Entretenimiento, por lo tanto, a la producción simbólica como mercancías. Un punto crucial; todo aquello que no se estipule en las negociaciones bajo el régimen de «exclusión» o de «reserva» quedará automáticamente negociado como mercancía." *(Iregui, 2004)*

Por otro lado, pero no menos importante, se encuentra el espectro electromagnético -un espacio alrededor de la tierra por donde se transportan ondas radioeléctricas que posibilitan la transmisión de la televisión, la radio y otros servicios de telecomunicaciones como el internet y las llamadas-, información de alto valor comercial para la era de la cuarta revolución industrial y el factor de innovación que abarca la Economía Naranja. No obstante, la jurisprudencia en nuestro país estableció que nuestro espectro electromagnético como "uno de los elementos constitutivos del territorio colombiano y en su condición de bien público, su propiedad es de la Nación y su administración corresponde al Estado."[16] Lo que conlleva a cuestionar ¿por qué algo tan estratégico

[16] Sentencia C-634 de 2016 Corte Constitucional

como el espectro electromagnético y la cultura, conceptos asociados a nuestra soberanía e identidad, son comercializados como cualquier mercancía con otros países?

2.3.2. Los TLC versus los derechos culturales

El acceso a la cultura -otro tipo de conocimiento- es el que se debate en términos comerciales en los acuerdos internacionales (Organización Mundial del Comercio -OMC-, Acuerdo General sobre Comercio de Servicios -AGCS-, el Área de Libre Comercio de las Américas -ALCA-, Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio [Siglas en inglés TRIPS], o los tratados bilaterales con los Estados Unidos, entre otros), dirigidos todos a asegurar la extinción de medidas locales que constituyan barreras para la circulación de bienes y servicios – incluyendo los culturales-, de tal manera que les permita a empresarios de cada país ampliar su mercado, esto implica una facilitación de los trámites de importación, de inversión de capitales extranjeros, así como la eliminación progresiva de derechos arancelarios y de una gama de gravámenes a las importaciones por medio de la regulación de la propiedad intelectual en cada país, sin embargo, las relaciones de intercambio se dan en un entorno de condiciones asimétricas, como se puede evidenciar con la industria del cine en donde por ejemplo, las películas de Estados Unidos representan el 95% de la cartelera de las distribuidoras de cine en Colombia, lo que incluye además unos valores culturales que afectan directamente nuestras ideas sobre la realidad.

El artículo 5° de la Ley de Economía Naranja en donde define el horizonte estratégico en 7 puntos, pone en evidencia que uno de sus propósitos y quizá el más importante porque de este se derivan los demás, la Integración: “Se promoverán 105 instrumentos internacionales necesarios para que las industrias de la economía creativa obtengan acceso adecuado a mercados fortaleciendo así su exportación, sin perjuicio de aquellos tratados y obligaciones internacionales suscritas y ratificadas por Colombia.” (Congreso de la República, 2017) Es decir, lo que rige los aspectos principales de la Economía Naranja son los Tratados de Libre Comercio – TLC firmados entre Colombia y Estados

Unidos –principalmente-, con el agravante que no solo ponen en una competencia desigual a nuestras organizaciones culturales con los oligopolios del entretenimiento y las telecomunicaciones, sino que también definen en gran medida los temas y contenidos haciendo del "intercambio cultural" una invasión cultural.

Durante el año de negociaciones del TLC con EE. UU. en el 2008, varias organizaciones culturales conformaron la Coalición Colombiana por la Diversidad Cultural para manifestarse en contra de estas negociaciones argumentando que:

> "En la mayoría de los sectores industriales, comerciales y de servicios se conocen las asimetrías que se presentan en las negociaciones. Pero en el sector cultural las asimetrías son de mayor dimensión: mientras el sector cultural colombiano genera cerca del 2.1 de la riqueza nacional, el de Estados Unidos representa el 7.6 del suyo. Al mismo tiempo la globalización ha acelerado la concentración de la propiedad de las empresas culturales, en la medida en que se han conformado grandes monopolios en la producción y distribución de contenidos, lo que constituye una amenaza para uno de los valores fundamentales de la humanidad: la diversidad cultural" *(Iregui, 2004)*

Aunque aparentemente la cultura y el entretenimiento no son parte esencial de la política y el comercio en general, lo cierto es que cada vez más, los grandes emporios de las telecomunicaciones y multimedia como Netflix, Amazon, Spotify, Facebook, Microsoft, Apple, entre otros, por donde circulan las producciones audiovisuales de nuestro sector, absorben –en el mejor de los casos- nuestras creaciones, desplazando las otras formas de encuentro alrededor de las manifestaciones culturales y artísticas.

En medio del auge de la digitalización excesiva, exacerbada por la pandemia, estas empresas multimedia, conocidas como Over The Top (OTT),[17]se situaron en el top 10 de las empresas más grandes del mundo a corte de diciembre de 2021 (Apple, Microsoft, Amazon, Alphabet (Google), Tencent, Facebook y Alibabá) producto de la concentración en la propiedad, manejo y comercialización de los contenidos digitales.

Los anterior, explica por qué no es de extrañarse que tanto la industria del entretenimiento como la farmacéutica tengan más parecidos de lo que se cree, y es que comparten uno de sus más grandes problemas: su facilidad para ser copiadas. Esta es la razón que las sitúa como las dos industrias con las medidas de protección de propiedad intelectual más agresivas y severas en el mundo, promoviendo acuerdos como el TRIPS el cual ha hecho más difícil para los países como el nuestro –con altos índices de pobreza, desigualdad y con condiciones de desarrollo tecnológicas precarias–, obtener nuevos conocimientos y tecnologías que son elementos indispensables para el desarrollo económico en cada país.

Una de las principales críticas en el sector salud, es que este tipo de acuerdos en donde se estipula y delimita la propiedad intelectual, puede poner en riesgo la salud pública y el avance científico, un derecho que se ha convertido en negocio con la intermediación de las entidades prestadoras de servicios de salud en Colombia; En el caso de la cultura sucede algo similar en tanto que nuestros derechos culturales entendidos en dos vías: acceso y garantías para la creación, se ponen

---

[17] Este término inglés, que en su uso común significa desmesurado y excesivo, se refiere a los servicios y contenidos, principalmente de audio y vídeo, que se transmiten a través de infraestructuras de banda ancha sin que las operadoras y sus redes puedan controlar su distribución; dentro de esta categoría hacen parte los de mensajería instantánea como WhatsApp, Facebook, Instagram, etc. así como los de streaming como Netflix, Amazon, Disney plus, Spotify entre otros.

a la merced de las leyes del comercio y las compañías OTT, determinando el grado de reproductibilidad para masificar contenidos, valiéndose de las leyes del mercado, lo que aleja a la cultura de su esencia como identidad de una nación. Aunque la Constitución de 1991 reconoce la diversidad étnica y cultural y obliga al Estado a proteger las riquezas culturales (art. 7 y 8) aún hay mucho camino que recorrer para cumplir estos mandatos. En este contexto, tanto la salud como la cultura ponen en riesgo su característica principal como derecho.

En aras de contribuir a la comprensión de estos temas para los artistas del teatro, es importante hacer uso del "sí mágico" un elemento del método de actuación elaborado por Konstantin Stanislavsky, que consiste en aceptar las circunstancias dadas de su personaje (edad, situación en un lugar, hora y día, etc.) y que provienen del texto. Aceptarlas es el principio de vivirlas "como si" fueran reales. Este ejercicio nos permitirá contraponer las circunstancias del sector farmacéutico al sector artístico y de entretenimiento. La referencia del sector farmacéutico sobre el debate de los medicamentos del VIH servirá para comprender la porfía que sobre la cultura se puede suscitar tal y como lo explica Ha-Joon Chang en su libro *¿Qué fue del buen samaritano? Naciones ricas, políticas pobres*:

> *"Harvey* Bale director general de la Federación Internacional de Asociaciones de Fabricantes Farmacéuticos, declaró que "sin derechos sobre la propiedad intelectual, el sector privado no invertirá los cientos de millones de dólares necesarios para desarrollar nuevas vacunas para el sida y otras enfermedades infecciosas y no infecciosas". En consecuencia, siguieron diciendo las compañías farmacéuticas, aquellos que critican el sistema de patentes (y otros derechos de propiedad intelectual) están poniendo en vilo la provisión futura de nuevas ideas

> (no sólo fármacos), minando así la productividad del sistema capitalista. Este argumento parece bastante razonable, pero es solo una media verdad. No es que siempre tengamos que "sobornar" a gente inteligente para que invente cosas nuevas. Los incentivos materiales, aunque importantes, no son lo único que motiva a las personas a invertir en la producción de nuevas ideas. En el punto más álgido del debate sobre el VIH/sida, 13 miembros de la Royal Society, la sociedad científica más distinguida del Reino Unido hizo este contundente comentario en una carta abierta al Financial Times: "Las patentes son sólo un medio para fomentar el descubrimiento y la invención. La curiosidad científica, unida al deseo de beneficiar a la humanidad, ha tenido una importancia mucho mayor a lo largo de la historia." *(Chang, 2008)*

Con lo anterior, se puede deducir que, al ser un tema tan estratégico y por ende polémico, el enfoque que se le asigne a la propiedad intelectual dentro de la Economía Naranja es determinante para los sectores que la componen y el desarrollo cultural del país.

El analista económico Aurelio Suárez Montoya[18] además de aportar al análisis de los TLC en Colombia, ha planteado que el debate principal sobre la Economía Naranja tiene que ver con el punto

---

[18] Aurelio Suárez, es analista económico, político e internacional y consultor en áreas públicas y privadas; actualmente es columnista en diversos medios de comunicación como El Espectador y El Tiempo. Es panelista de la cadena Blu Radio. También colaboró con periódicos regionales de Pereira e Ibagué; El Periódico de Bogotá y la revista Deslinde. Es conferencista nacional e internacional sobre temas políticos, económicos, sociales, agrícolas y

de vista que se tenga sobre la propiedad intelectual, que en el mundo se expresa en dos acepciones, por un lado, está el modelo inglés y estadounidense, más conocido como copyright, que pone un intermediario entre el artista y el público, haciendo que el agente productor sea el elemento más importante de la ecuación, y por el otro lado, se encuentra el modelo francés de derechos de autor, que antes de la aprobación de la ley de Economía Naranja era el que predominaba en Colombia; este último enfoque es el que han asumido en Europa occidental y su énfasis es el creador, es decir, abarca tanto los derechos morales como los derechos patrimoniales, mientras el copyright solo se encarga de los derechos patrimoniales o económicos.

El planteamiento de este autor sobre la relación entre la propiedad intelectual y la Economía Naranja es que los oligopolios del entretenimiento[19] a nivel mundial como, por ejemplo, Hollywood, Netflix, Amazon, Disney, Fox, Apple, entre otros, son los grandes protagonista principales del mercado de bienes y servicios culturales. De tal forma que en el marco de los acuerdos comerciales internacionales que orientan los negocios en torno a la propiedad intelectual, los actores locales como los grupos comunitarios, independientes e incluso empresas de mediano y gran formato del sector del entretenimiento y la cultura, se ven desplazados e incluso borrados de la agenda de negocios que imponen estas corporaciones. Un ejemplo de esta situación se evidenció en el 2014 cuando se discutió en torno a la cuota de pantalla en horario prime, y se propuso por parte del gobierno nacional de entonces vía Plan Nacional de Desarrollo en el artículo 41, una reducción a la producción nacional de

---

de libre comercio y ha servido como asesor de la Unidad Nacional de Artistas – UNA entre otros gremios de distintas áreas productivas. (Wikipedia, Wikipedia Aurelio Suárez, s.f.)

[19] Un oligopolio es una forma de mercado en la que una industria está dominada por un pequeño número de grandes empresas, esta forma de relación comercial reduce la competencia y conlleva a precios más altos para los consumidores.

contenidos televisados en el horario más visto por la audiencia en Colombia pasando del 50 % al 30%, y el 70 % restante para la producción internacional, que en nuestro caso se restringe a los contenidos procedentes de los Estados Unidos donde residen los principales oligopolios, hecho que se repitió en el 2020 con el Decreto 516 del 4 de abril del 2020, en donde el Presidente Iván Duque –Coautor y promotor de la Economía Naranja-, como consecuencia de la emergencia del COVID, presentó un decreto para que la Cuota de Pantalla pase del 70 % entre semana y del 50 % los fines de semana, al 20 % en cualquier franja, situación que ocasionó una fuerte reacción por el sindicato de actores ACÁ y otras organizaciones culturales del país (Revista Semana, 2020).

Capítulo 3. ¿Dónde sucede la Economía Naranja?

Las preguntas ¿quién soy? ¿qué hago aquí? y ¿dónde estoy?, más que preguntas filosóficas son la estructura básica de la actuación para salir al escenario. En el capítulo anterior se identificaron los personajes principales –los quiénes-, ahora es necesario identificar el lugar donde se desarrolla la "obra" de la Economía Naranja, que en términos teatrales hacemos referencia al territorio, al espacio físico en donde se presenta o representa el espectáculo, por ello, aquí vamos a hablar de la situación de las salas de teatro de la ciudad y de las zonas estipuladas para la implementación de la Economía Naranja.

3.1. Infraestructuras teatrales en Bogotá

En Bogotá, para el año 2018 se registraron 564 equipamientos culturales concentrados en 4 localidades (Chapinero, Santa Fe, Teusaquillo y Candelaria), compuestos por museos, bibliotecas, salas de cine, teatros auditorios, salas de exposición, centros CREA, centros polifuncionales, casas de la cultura, entre otros.

En las localidades periféricas de la ciudad, se ha gestionado la desconcentración de los espacios culturales, por medio de las organizaciones comunitarias y consejos locales de arte, cultura y patrimonio, con el fin de contribuir al acceso más equitativo a la oferta cultural. No obstante, todavía se viven situaciones de desigualdad en términos de infraestructuras, oferta y servicios culturales e incumplimientos de normas que buscaban atender estos temas. Es el caso del Acuerdo 448 de 2010 del Concejo de Bogotá, donde se plantea que le corresponde a la SCRD coordinar la elaboración y aplicación de la política pública de casas de la cultura en articulación con los demás sectores distritales, el cual no se ha implementado y carece de recursos para garantizar casas de cultura en las 20 localidades que hacen parte de la ciudad.

Aunque en la ciudad se ha trabajado por desconcentrar las infraestructuras culturales, sigue siendo insuficiente.

"…. La mayoría de estos escenarios están ubicados en el centro antiguo de la ciudad en las localidades de La Candelaria, Santa Fe, Chapinero y Teusaquillo, donde históricamente se ha ido localizando y concentrando gran parte de la actividad cultural en la ciudad y los espacios físicos donde trabajan colectivos teatrales que se mueven por fuera de los circuitos masivos comerciales; colectivos teatrales para quienes la consecución de una sede propia se ha convertido en un asunto de mucha importancia" (Bustos, 2021)

Los grupos independientes teatrales, a partir de sus propias gestiones, han logrado consolidar en la ciudad varias salas de teatro que con el paso de los años fueron agrupadas por la administración distrital bajo el programa de Salas Concertadas como reconocimiento a su labor y como parte de las políticas de fomento a la actividad cultural de la ciudad. Sin embargo, el programa agrupa a la fecha solo 32 salas y los diagnósticos realizados por la Asociación de Salas Concertadas[20] para el 2020 proyectan que existen en la ciudad más de 140 salas independientes que no cuentan con ningún apoyo económico de la administración distrital o nacional para su sostenimiento, ni de gestión, como por ejemplo la difusión de sus actividades para acercar públicos y promover su oferta de servicios culturales y artísticos.

Otro aspecto que destacar respecto a la infraestructura teatral es el recaudo del parafiscal de la Ley de Espectáculos Públicos[21] que está dirigido a la compra, construcción y adecuación de los

---

[20] Asociación sin ánimo de lucro que agrupa a las salas teatrales y bodegas de circo contemporáneo de larga y mediana trayectoria de la ciudad de Bogotá.

[21] Ley de Espectáculos Públicos 1493 de 2011, se implementó en Bogotá en el año 2012 y desde entonces ha tenido varias reglamentaciones y modificaciones. (Ver: Bustos)

equipamientos de las artes escénicas fortaleció en el caso de Bogotá a las agrupaciones de teatro en tanto que pudieron participar y acceder a recursos para el mejoramiento de sus infraestructuras en términos de adecuaciones, equipos y cumplimiento de normas de seguridad entre otros. De igual manera la implementación de esta norma le permitió a la ciudad la construcción de un nuevo escenario público para las artes escénicas ubicado en Ciudad Bolívar, una de las localidades identificadas con mayores déficits de infraestructura cultural y al margen de los circuitos comerciales de las artes.

3.2 Áreas de Desarrollo Naranja – ADN

Las ADN también conocidas como Distritos Creativos, son definidas por la Política Publica de Industrias Culturales y Creativas de Bogotá como:

> "Espacios geográficamente delimitados donde convergen la cultura, la creatividad y el emprendimiento, y funcionan como áreas de desarrollo económico, social y cultural, consolidando escenarios para la renovación urbana, la generación de empleo y la creación, producción, distribución, exhibición, comercialización y consumo de bienes y servicios culturales y creativos" (Consejo Distrital de Política Económica y Social del Distrito, 2019)

La delimitación de las ADN en Bogotá está determinada por el Decreto Distrital 280 de 2020, en donde se definen 12 zonas de las cuales 3 son inducidas y 9 son espontáneas. Es decir, que 3 son propuestas por la administración para la renovación urbana, que por medio de incentivos –principalmente tributarios-, buscan motivar la inversión e implementación en determinadas zonas de la ciudad de empresas que fortalezcan la cadena de valor de bienes y servicios culturales y creativos. Por otra parte, las 9 zonas espontáneas, corresponden a la demarcación de áreas donde tradicionalmente ha existido un alto índice de oferta y consumo cultural y artístico. A continuación, se enumeran los 12 Distritos Creativos propuestos para Bogotá.

- Distrito Creativo Centro (Candelaria - Santafé)

- Distrito Creativo Chapinero.
- Distrito Creativo de la 85.
- Distrito Creativo La Playa.
- Distrito Creativo San Felipe.
- Distrito Creativo Teusaquillo.
- Distrito Creativo Usaquén.
- Distrito Creativo Parque de La 93.
- Distrito Creativo Centro Internacional
- Distrito Creativo de Ciencia, Tecnología e Innovación

Con esto se ha buscado concentrar esfuerzos para el desarrollo de lugares óptimos en términos de la Economía Naranja, en donde se puedan concentrar actividades económicas asociadas a las industrias culturales y creativas y todos los sectores susceptibles de ser parte de estas. En estos espacios la administración de la ciudad, según se declara en la página de la SCRD, ha buscado focalizar la oferta cultural y creativa de la ciudad y ha desarrollado programas para el fortalecimiento de los agentes del sector a través de vincular diferentes sectores económicos que apoyen su desarrollo incentivándolos beneficios tributarios y normativos a nivel distrital y nacional.

En la creación de una obra, es usual ubicar referencias o guías que le permitan tomar elementos para su construcción, este es el caso de la Economía Naranja en el sector teatral, el cual toma de referencia la experiencia de otros países como Inglaterra, con *The West End*, en Londres, y Estados Unidos, con Broadway en Nueva York, como industrias culturales y creativas consolidadas, en donde se definen unas zonas para la promoción, producción y comercializaciones de las obras.

Los inicios del "circuito Broadway", se remontan a la llegada de los empresarios Thomas Kean y Walter Murray en 1750, quienes establecieron una infraestructura lo suficientemente grande para albergar a 280 clientes interesados en las obras de Shakespeare y grandes óperas, posicionando

las obras de gran formato. Esto posibilitó la construcción del Teatro Park con capacidad para 2000 personas. Su máximo impulsor fue la construcción del metro de Nueva York el cual permitió empezar a transportar grandes volúmenes de personas al distrito teatral.

Esta experiencia, que posicionó al teatro comercial en el mundo como una industria cultural, ha servido de referencia para los distritos creativos, retomando estrategias similares en términos de la organización vial, como la construcción del metro cerca a nodos culturales comerciales, tal y como quedó consignado en el POT de Bogotá aprobado por decreto en el 2021, en donde se plantearon líneas del metro con paradas en puntos equidistantes a los distritos creativos, un reconocimiento a la articulación de sectores con perspectiva de ciudad en la planeación. Sin embargo, cabe resaltar que las condiciones políticas y sociales de la sociedad ponen en vilo este nivel de desarrollo, debido a que los tiempos de construcción del metro en Bogotá pueden significar un agotamiento por parte de las empresas de las industrias culturales y creativas interesadas en participar de estos espacios, así como la falta de incentivos económicos dirigidos a las organizaciones de pequeño formato.

En lo que respecta a *The West End*, en Londres, también conocida como *Theatreland*, la tierra de los teatros -otra de las referencias teatrales de Distrito Creativo en el mundo-, en donde confluyen también actividades recreativas como las discotecas, que llaman a los londinenses a una vida nocturna, y que cuenta con una historia de más de dos siglos; se destaca la tradición teatral, que sin duda ha tenido un impacto importante en el desarrollo del consumo cultural y de entretenimiento londinense, producto de un acuerdo común para establecer estrategias que les permita concentrarse en el mercado y las nuevas audiencias, tal y como lo explica Rod Pryde (Pryde, 2010). Parte de los esfuerzos de las instituciones es apoyar en la difusión de la publicidad de la agenda cultural y buscar innovaciones para su posicionamiento como establecer alianzas con periódicos para la difusión de agenda cultural, la presentación de obras teatrales en centros comerciales y experiencias estéticas que involucraban a espectadores, lo que conllevó que pese a la crisis económica mundial del 2009, los teatros del *West*

End establecieron un récord de espectadores para ese año, sobrepasando por primera vez la cifra de 14 millones. Un factor de este fenómeno se puede explicar con los subsidios que desde 1997, el gobierno del Reino Unido otorgado a la inversión en donde las artes han presentado un incremento del 83% en términos reales (Pryde, 2010). Todo esto ligado a políticas macroeconómicas en donde el nivel de vida de algunas personas les permite disponer de recursos dentro de la canasta básica para su consumo, aunque esto no esté generalizado para toda su población.

Londres al ser la cuna de la cultura capitalista y la revolución industrial, incluye dentro de sus prácticas la organización productiva propia de la industria, denominada por las entidades públicas culturales de Colombia como "cadenas de valor", lo que asigna roles específicos en la creación, producción, divulgación, circulación y comercialización, de las obras dándole un nivel profesional a cada proceso y descargando la responsabilidad total de la comercialización de la obra a sus creadores. Caso contrario es en Bogotá y en Colombia en general, en donde la mayoría de los actores, actrices, dramaturgos y personas a cargo de la dirección, también deben encargarse de todos los procesos de la cadena de valor. Situación derivada del rol que ocupan los artistas en estas sociedades.

A nivel nacional, la ciudad de Cartagena es un ejemplo de la implementación de Distritos Creativos, que han generado gran controversia y efectos negativos en el ecosistema cultural, ambiental y social de la ciudad. De acuerdo con William Hurtado, Consejero nacional del teatro del Caribe, en una entrevista para el periódico El Universal: este es "un proyecto que favorecería a los empresarios, pero que no sabemos cómo va a impactar en los cultural y lo artístico, lo que se busca es crear unos corredores comerciales, más no artísticos" (Taborda Herrera, 2019).

La administración distrital ha enfatizado en los aspectos positivos de algunas experiencias internacionales, dejando de lado los aspectos controversiales y los contextos particulares de estas naciones que las hicieron posibles en esos países.

Desenlace: Acciones y verbos activos

Desde Aristóteles, el rol del dramaturgo o autor de la obra solía tener un mayor estatus social como la persona a cargo de pensar, poetizar y darle estructura a las acciones de los ejecutantes que, en su mayoría eran esclavos de ese entonces, y que ahora reconocemos como actores y actrices. Aunque aún se sigue viendo de manera peyorativa la profesión de la actuación, el desarrollo de los métodos de actuación y la profesionalización como carrera artística nos ha permitido dignificar nuestra labor y tener un rol más propositivo en la gestión de políticas culturales.

Nuestros precursores, muchos de ellos maestros y maestras de la carrera, fueron pioneros y líderes de movimientos artísticos para el posicionamiento del quehacer teatral, y aportaron desde la creación a los movimientos sociales de su época, logrando gestionar la creación de varias entidades fundamentales para el desarrollo de las artes, como la Facultad de Artes ASAB, el Ministerio de Cultura, el Instituto Distrital de las Artes - IDARTES, la Ley de Espectáculos Públicos entre otras cosas, demostrando que todos nuestros derechos han sido conquistas de la organización sectorial y la perseverancia. Sin embargo, nuestra generación cada vez se aísla más de la organización gremial y de cualquier forma de estructura y participación ciudadana que implique invertir tiempo y paciencia para conseguir consensos, atendiendo solo las coyunturas y saliendo desesperados cuando no se logran resultados de inmediato, desconociendo lo que implica la perseverancia en las agremiaciones y sindicatos.

Con esto, quisiera invitar a que los artistas y gestores culturales no deleguen su papel creador en el drama de la Economía Naranja, sino que tomen su rol creador y propositivo y ayuden a reescribir este libreto desde la perspectiva de los artistas. El único dramaturgo no debería ser el Banco Interamericano de Desarrollo – BID, cuando en nuestro sector tenemos las capacidades y habilidades

para escucharnos, definir acciones, apasionarnos, sumar a más personas y gestionar una política cultural acorde a la dignificación de nuestra labor.

Como actriz, gestora cultural, Consejera Distrital de teatro en Bogotá [22]y cofundadora de la Unidad Nacional de Artistas, con una experiencia en el sector artístico de 15 años y estudiante de la Facultad de Artes - ASAB de la Universidad Distrital,[23] decidí accionar con esta investigación, tomando de referencia el texto, los personajes y el lugar, aspectos que he considerado relevantes para que personas dedicadas al ámbito teatral puedan acceder a un entendimiento de la política cultural. Esta decisión obedece a las múltiples conferencias, encuentros sectoriales e incluso a las charlas informales con colegas que me han manifestado que sienten una distancia semántica con la política de Economía Naranja y los cambios vertiginosos que esta implica para su quehacer artístico.

Al mismo tiempo, este documento es una respuesta a las conclusiones del VII Congreso Nacional de Teatro 2019, en donde se evidenció la distancia con esta política y las necesidades de las agrupaciones teatrales y circenses a lo largo y ancho del territorio nacional que distan de lo propuesto por los documentos que establecen la Economía Naranja como la política de Estado. También anexo

---

[22] El Consejo Distrital de Arte Dramático es una instancia de participación ciudadana reglamentada por el sistema distrital de arte, cultura y patrimonio - SDACP (Decreto 480 de 2018), en donde participaron con su voto 66 mil personas para elegir a 436 consejeros de las 20 localidades y los consejos distritales. El Consejo de Arte Dramático 2018-2022 cuenta con 8 consejeros electos dentro de los cuales obtuve la segunda votación más alta de todos los consejos del SDACP.

[23] Universidad pública con circunscripción territorial en la ciudad de Bogotá, que ofrece programas de artes musicales, artes plásticas y visuales, arte danzario y artes escénicas, como una opción para quienes quieren desarrollar su práctica profesional en este campo. Así mismo cuenta con un programa de maestría y doctorado en estudios artísticos.

un documento que servirá de guía para los agentes del campo cultural que quieran acercarse a las categorías y conceptos de uso de la Economía Naranja. Estos conceptos pertenecen al campo de la economía y se usan como comodines y de manera obvia, como si todos debiésemos saber qué significan. Aún peor, terminan convirtiéndose en muletillas o aceptando modelos económicos implícitos, desconociendo la multiplicidad de enfoques que sobre estos conceptos existen.

A manera de conclusiones, me permito compartir un análisis sobre las implicaciones de la Economía Naranja en la ciudad de Bogotá que parte de una revisión detallada de cada capítulo y de mi análisis personal respecto a cada uno de estos temas:

Capítulo 1. El libreto de la Economía Naranja: Con respecto a las normativas y políticas diseñadas para la implementación de la Economía Naranja en Bogotá, lo primero en señalar es la falta de participación ciudadana en el diseño de estos documentos, lo que conllevó a una omisión de la perspectiva de artistas y gestores culturales. Esto claramente genera un sesgo en el diagnóstico sobre el sector cultural y es una prueba de que estas políticas no resuelven las necesidades específicas del sector artístico de la ciudad, haciendo de su procedencia algo cuestionable.

Sin embargo, la responsabilidad no recae completamente en las entidades públicas que, si bien debían incluir en la fase de formulación a las instancias de participación ciudadana y autoridades del sector, no encontraron una manifestación articulada de las organizaciones culturales para exigir su incidencia.

En cuanto al contenido, el CONPES D.C. 2 Política Pública de Industrias Culturales y Creativas, documento rector de las medidas a implementar de la Economía Naranja en Bogotá, cabe señalar que presenta algunos vacíos. Por ejemplo, al referirse a las ICC, no plantea las diferentes formas de producción artística como las organizaciones comunitarias, fundaciones sin ánimo de lucro, agrupaciones de hecho, entre otras, como parte del ecosistema cultural. Tampoco presenta nuevas estrategias para aumentar la oferta y demanda cultural, puesto que acopia las convocatorias que

tradicionalmente se han registrado en la ciudad desde los programas distrital y nacional de estímulos, así como las ruedas de negocios a cargo de la cámara de comercio de Bogotá, que llevan varios años funcionando. Con esto, se podría deducir que no era necesario diseñar esta política, teniendo en cuenta que no presenta nuevas ofertas más allá de las ya existentes, con la única excepción de la oferta de talleres y cursos dirigidos a la formación empresarial y acoplamiento por parte de las industrias creativas.

Queda claro, por la diligencia de estos documentos, que la voluntad política es un aspecto determinante para la implementación de cualquier propuesta normativa. Un ejemplo es el Acuerdo 448 de 2010 Política pública de las casas de la cultura, que lleva más de una década sin recursos y sin estrategias de implementación por parte de las diferentes administraciones. Caso contrario con la Economía Naranja, que tanto en la administración de Enrique Peñalosa, como en la de Claudia López tuvo desarrollos significativos para su ejecución, con la salvedad de que, en estos periodos, las entidades adscritas a la Secretaria Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, como el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural y el Idartes, han presentado matices con respecto a la Economía Naranja, manteniendo en sus programas y convocatorias un enfoque de garantía de derechos culturales, transformando el fenómeno de centralización de equipamientos y eventos culturales. De igual forma han ofrecido otros procesos de formación en formulación de proyectos, que incluyen las economías solidarias y experiencias de procesos comunitarios. Caso contrario a la SCRD, que ha impuesto una perspectiva empresarial a todo el lenguaje de las convocatorias, sumado a que su gestión se ha dirigido principalmente a la inclusión de la Economía Naranja en los instrumentos de planeación como el Plan de Ordenamiento Territorial – POT.

Esta situación ostenta los principales retos de la gestión cultural y organización gremial de artistas y trabajadores de la cultura, en tanto que exige por parte nuestra una actitud receptiva, que posibilite la permanencia de espacios para la veeduría ciudadana, encuentros que superen la coyuntura

y mantengan seguimiento a todas estas gestiones de construcción e implementación de política publicas haciéndolo parte de nuestro quehacer artístico.

Por otro lado, considero que los temas más estratégicos no se enuncian en los documentos rectores o no se tratan con suficiencia, es el caso de los Bonos Naranja y los Certificado de Inversión Audiovisual en Colombia, que se cotizan en la bolsa de valores y que son la razón principal por la que tanto el Banco (BID), como el Gobierno Nacional propusieron esta política, y la misma razón por la que estoy en desacuerdo.

En primer lugar, estos certificados de inversión audiovisual promueven la especulación financiera (ver Anexo 1), lo que no representa recursos en la producción directamente. También están los beneficios tributarios para productoras extranjeras equivalentes al 35% de la inversión realizada en el país. Es decir que grandes productoras internacionales pueden contratar a personas naturales o jurídicas nacionales que provean servicios audiovisuales necesarios para las diversas etapas de la realización, producción o posproducción, incluidos servicios de hotelería, alimentación y transporte para la obra respectiva, es decir la mano de obra, a cambio de que no paguen impuestos por el uso de nuestro patrimonio natural, arquitectónico y cultural. A esto se le suma la apropiación cultural de sus contenidos, narrativas contadas desde una visión que no necesariamente corresponde a nuestra identidad.

Capítulo 2. ¿Cuáles son los personajes de la Economía Naranja?: Las confusiones que ha generado el discurso sobre la promoción de las ICC, entre los agentes del sector teatral, disminuye o morigera la importancia de la propiedad intelectual que, a mi juicio, es un elemento de discusión estratégico, ya que determina la forma de relacionamiento con otros países y sus industrias del entretenimiento.

El enfoque que se le ha dado a la creación como conocimiento en la Economía Naranja con el término “mentefactura”, posiciona una visión empresarial y mercantilista del proceso creativo

justificado por las precarias condiciones de las personas dedicadas al arte, apropiándose de las necesidades de la gente y sus sueños de vivir dignamente, para mantener relaciones desiguales, en donde asumimos como país un rol de agradecimiento por las migajas que dejan las grandes productoras del entretenimiento. Y así es como dejamos de atender las condiciones laborales y pensionales de artistas colombianos.

Esta perspectiva que presentan el gobierno nacional y distrital hace que transformen su papel, pasando de garantes del derecho cultural a veedores, delegando la responsabilidad de la *condición social del artista* a la capacidad de gestión empresarial y a la intermediación financiera de los bancos. Con esto desconocen que las grandes industrias de los países que son potencia se han cimentado en los aportes estatales que reciben y la protección del mercado interno, aspectos que le son negados a los demás países, como el nuestro, porque buscan nuevos nichos de negocio.

Y, aunque el panorama pareciera desolador, lo cierto es que hay alternativas que también otros países con sentido de pertenencia han establecido para su nación. Dentro de las alternativas están: la cuota de pantalla que negoció España para el ingreso de Netflix, el cual exigía una mayor circulación para las producciones españolas en esta plataforma; también están Francia y Canadá quienes establecieron una excepción cultural en los acuerdos comerciales para no negociar su memoria e identidad. Estas y otras medidas, como el control del espectro electromagnético y el fortalecimiento de redes públicas, son acciones posibles siempre y cuando se tenga la voluntad y la firmeza para defender la cultura nacional, lo que permitiría no solo fortalecer a las organizaciones y artistas nacionales, sino mantener un desarrollo de nuestras narrativas como nación al mismo tiempo que fortalece la economía y protege las industrias nacionales.

Sobre los Tratados de Libre Comercio, considero que no se puede ignorar el impacto que estos han tenido en la economía, legislación y en general en toda la sociedad, implicando la quiebra de industrias colombianas como consecuencia de la mala negociación. Tener esto presente nos permitirá

tener una perspectiva mucho más integral sobre los impactos que podrían llegar a tener en las incipientes industrias culturales colombianas, particularmente, las audiovisuales y editoriales. La Economía Naranja no se queda por fuera de estos lineamientos, por el contrario, se ajusta a ellos, en tanto que son tratados transconstitucionales, es decir, están por encima de nuestra constitución política y la del país con la que se firma el acuerdo. El problema es que, al negociar las expresiones culturales de una nación, se negocia también el imaginario colectivo de identidad y memoria, las narrativas cambian y no se diversifican como expresiones de la cultura nacional, sino que se limitan. Este, a mi juicio, es el problema más difícil de entender, y que en esta investigación no logré abarcar a plenitud, esperando que este tema sea la continuación de otra investigación y de quienes se quieran sumar en este propósito.

No tengo una apreciación radical en contra de las industrias culturales, en tanto que difiero en los aspectos de la Economía Naranja que acaban con otras formas de producción, pero no discuto la existencia de las industrias culturales en sí. Es decir, considero inadecuado homogenizar la forma de organización y solo apoyar – desde el Estado- a los empresarios y productores del entretenimiento y la cultura, desconociendo que el desarrollo del conocimiento se da en la medida que co-existen multiplicidad de formas de organización y producción, tal y como sucede en la educación y el agro, en donde la proliferación de cuestionamientos y métodos permite avanzar en nuevas narrativas y técnicas. Algo similar sucede en el teatro, definir un único modelo estético y técnico, por ejemplo, el musical, podría incurrir en una falta de calidad o parsimonia de los elementos técnicos, en tanto que la homogenización busca reproducir el mismo esquema acabando con la experimentación creativa. Sin embargo, defenderé todas las formas de producción nacionales, sean o no de mi agrado personal dadas las condiciones de desigualdad que tenemos en Colombia con respecto a otros países.

Capítulo 3. ¿Dónde sucede la Economía Naranja?: En este capítulo tomé algunas referencias internacionales, dejando por fuera una que han usado mucho en Bogotá, el Festival Iberoamericano de

Teatro de Bogotá – FITB. Esta exclusión no fue arbitraria y se debe a que su situación financiera no es un ejemplo de industria cultural exitoso en los últimos 6 años. Las denuncias por las deudas con artistas colombianos y empresas de catering, entre otros servicios, ha puesto en vilo el festival y su credibilidad (Payan, 2017). Sin embargo, su posicionamiento en medios ha posibilitado que otros festivales se sumen a estas fechas y presenten oferta alternativa más asequible a toda la población, la mayoría en señal de protesta al FITB.

Sin lugar a duda, el FITB nos ha permitido acceder a una oferta internacional que de otra manera no podría darse, pero su decaimiento demuestra lo complejo de la producción teatral y su sostenimiento en condiciones dignas.

Con respecto a las Áreas de Desarrollo Naranja, es importante resaltar que mantienen la centralización de la oferta, con el agravante de la gentrificación, un fenómeno social muy cuestionado desde las ciencias sociales, que aumenta la desigualdad y rompe con ecosistemas culturales de los habitantes de la zona, sumado a la especulación inmobiliaria que se genera en estas zonas. Estos fenómenos en nuestro contexto colombiano han estratificado aún más el acceso al arte, convirtiéndolo en un privilegio y rompiendo los tejidos sociales implícitos en las relaciones con la cultura. Hecho que se agrava cuando no se parte de los equipamientos culturales de las localidades y se les relega al olvido, siendo que su labor maratónica por mantener oferta a sus vecinos ha llegado a reemplazar incluso la responsabilidad estatal.

Sobre esta política faltan más elementos para su comprensión, pero requiere, al igual que el tema de propiedad intelectual, un estudio más detallado por parte del sector cultural y de organizaciones del ordenamiento urbano.

Seguramente quedaron muchas cosas por decir y aspectos por profundizar, pero esto es un abrebocas para que en las escuelas de arte sigan pensando en estos temas y se incluyan dentro del currículo como parte del perfil profesional.

Finalmente, quiero invitar a las nuevas generaciones del sector teatral y en particular a estudiantes de los programas de las artes escénicas a que no coman cuentos. La Economía Naranja en el fondo lo que pretende es hacer de Colombia una maquila cultural. Que sus esfuerzos y sueños no sean en vano, que todas las vicisitudes que enfrentamos para pasar a una facultad de artes de una universidad pública, en donde la competencia es mordaz, sean bien merecidos. Porque sabemos que mantenernos no siempre es fácil, y más cuando existen dificultades económicas o emocionales al estar lejos de la familia, con trabajos pesados y con cargas académicas que compiten con la medicina, y ni que decir para quienes deciden ser madres y padres en el camino, un momento en el que enfrentamos la precariedad de nuestra profesión en pleno esplendor. Este párrafo es solo un canto de resistencia a quienes seguimos viendo en el arte una posibilidad de transformar imaginarios y de hacer la vida más bella, porque no logro imaginarme una vida sin arte. Para que la dedicación y fuerza que destinamos a esta carrera sean correspondidas, porque no vivimos de aplausos, queremos vivir dignamente de nuestro arte, por ello, es importante resignificar nuestros derechos laborales y seguir manifestándole a la sociedad y el Estado que aquí seguimos, porque en este país ser feliz no es una alternativa sino una decisión.

Anexo 1: Glosario económico

Industria

La industria comporta una serie de actividades que se caracterizan como un proceso que se encarga de elaborar, transformar o circular materias primas, sin embargo, la idea no es transformarlas porque sí. Detrás del proceso industrial late una intención, que generalmente consiste en lograr que dichos elementos primarios se conviertan en bienes (tangibles) y servicios (intangibles) que satisfacen necesidades de un público concreto. Estos bienes o servicios se pueden comprar y vender es decir comercializar como "mercancía". Para el caso de las industrias culturales el proceso de producción industrial trata de establecer una serie de actividades en las cuales una idea surte una serie de fases que integran a todos los agentes de la cadena productiva para convertirse en un objeto o servicio que finalmente será comercializado.

En lo que respecta a las industrias culturales y creativas, se acoge un modelo de producción industrial que no busca crear un producto a partir de una materia prima utilizando las manos o máquinas, sino que busca crear alternativas y/o soluciones que logren resolver problemáticas de la industria o de los consumidores a través de la creatividad e innovación de las personas, lo que Felipe Buitrago[24] y otros autores[25] han denominado como "mentefactura" en contraste con un modelo de producción basado en la manufactura, para impulsar un modelo donde los "trabajadores incorporan en su desempeño ideas innovadoras para hacer productos de más valor, tanto económico como social, combinándolas con la capacidad de interactuar con otras personas y de ejecutar tareas no automatizables (El Contribuyente, 2017).

---

[24] Viceministro de economía naranja del Ministerio de Cultura de Colombia en el periodo 2020 y 2021

[25] VER: Juan José Goñi Zabala, Mentefactura: El cambio de modelo productivo" (2012)

Mercancía

En el imaginario de la mayoría de las personas *el valor* tiene dos únicas acepciones, la cualidad bien valorada asignada a una persona o cosa, y el precio que se le asigna a esta. En el mundo de la economía definir el valor de algo también involucra estas dos acepciones mejor conocidas como "valor de uso" y "valor de cambio", esto ha permitido un debate sobre el precio de una mercancía y por ende en las posibles ganancias de alguien. Al igual que en el teatro, en la economía proliferan las escuelas, técnicas y estilos y es común encontrar distintas perspectivas sobre un mismo tema.

La respuesta a las preguntas ¿cómo fijar el valor de una mercancía? y ¿qué es una mercancía? Tiene una referencia inmediata a la teoría científica del valor-trabajo, aunque para justificar algunas decisiones se habla también de la teoría del valor-subjetivo, que como lo indica su nombre, se basa en la subjetividad del individuo para asignar un valor y excluye al valor de cambio en la ecuación, es decir, al trabajo socialmente necesario para la producción.

La teoría valor-trabajo: establece que el valor de un bien o servicio está determinado por la cantidad de trabajo socialmente necesario (trabajo útil) para producirlo, en lugar de por la utilidad que le encuentre el consumidor individual. (Marx, 2017). Este valor, después es modificado en el mercado por efecto de la dinámica de la oferta y la demanda. Dicho en otras palabras, el valor se origina en la producción, no en la circulación.

Valor de Uso y Valor de Cambio:

Es la aptitud que posee un objeto para satisfacer una necesidad. Es determinado por las características propias del objeto y por el uso específico y concreto que se da al mismo según esas características (ejemplo, el uso del trigo). De esta manera, dos objetos con distinto valor de uso pueden tener el mismo valor de cambio si así lo determinan las leyes del mercado (ejemplo, un libro y un saco).

El valor de cambio (costo) es una medida cuantitativa determinada por el tiempo de trabajo socialmente necesario para producir. Si una mercancía vale lo mismo que otra es porque ambas requieren el mismo tiempo de trabajo para producirlas bajo las mismas condiciones sociales de trabajo. Este valor es independiente por tanto del uso específico que tengan esas mercancías, y de esta manera independiente de su valor de uso. (Wikipedia, s.f.)

Teniendo en cuenta las consideraciones anteriores se puede afirmar que el valor de uso en el arte tiende a ser infinito por su sentido social y estético, de lo contrario, ¿Cómo podríamos explicar que el Teatro Griego siga presente en nuestras vidas? Esta amplitud en el valor de uso por parte del arte y su intromisión en las leyes del mercado, facilita su alto grado de especulación, de ahí su atractivo para ser comercializado. Sin embargo, el valor de cambio (trabajo socialmente necesario) también representa una dificultad para ser calculado por medio de una tabla estándar, es decir, ¿Cuánto tiempo tardó Shakespeare para hacer El Mercader de Venecia? Responder esta pregunta implica entender que el desarrollo de su técnica pudo tardar varias décadas antes de llegar a ese nivel, así como las experiencias específicas de su contexto y las aleatorias, lo que hace difícil de calcular un tiempo determinado. No obstante, en la economía también se habla de distintos tipos de trabajo: Trabajo concreto/trabajo abstracto y Trabajo simple / trabajo complejo, este último es una de las diferencias en la producción de arte en relación con cualquier otro sector productivo, debido al esfuerzo no solo físico sino mental y espiritual. Esto quiere decir, que, aunque el valor de una obra de arte (valor de uso y valor de cambio) no corresponde a una medida estándar, si puede tener aproximaciones con variables específicas a cada área artística y sobre todo a sus condiciones sociales, características que la hacen diferente a otras mercancías.

Bajo el entendido de que el trabajo es lo único que crea valor, la injerencia de la industria en las artes no necesariamente mejora la producción, por el contrario, no sólo no le aporta valor, sino que

podría despojarlas de su esencia estética y social al confundir su valor de uso con el proceso de comercialización, es decir, su valor con su precio.

Ley de oferta y demanda

Este aspecto de las leyes del mercado es muy usado en nuestro gremio teatral, sin embargo, nadie sabe en qué momento se introdujeron estos elementos en la ecuación de la producción teatral y qué implicaciones trae consigo para el desarrollo del teatro como área artística. A continuación, una definición de estos términos y las leyes que los rigen.

"La demanda es el valor global del mercado que expresa las intenciones adquisitivas de los consumidores" (Policonomics, s.f.). O dicho en terminales teatrales, corresponde a la disposición del público para asistir a un encuentro teatral, que se mide a través de una curva con dos variables: el precio de la taquilla y la cantidad de asistentes. Esta curva se basa en el principio que a mayor precio de taquilla menor cantidad de público, por lo que se plasma en términos negativos.

Por otro lado, "la oferta es el conjunto de ofertas hechas en el mercado por los bienes y servicios a la venta" (Policonomics, s.f.). Es decir, la relación entre la cantidad de representaciones teatrales y sus diferentes precios. La ley de la Oferta plantea que esta se expresa de manera positiva, a mayor costo mayor oferta.

Las curvas de oferta y demanda definen el equilibrio de mercado, esto es, donde la demanda del producto se cruza con la oferta.

La Oferta y la Demanda tienen una serie de leyes que no se cumplen en el Teatro, como la Ley de Say, la cual indica que la demanda está determinada por la producción, y que solo produciendo se puede generar demanda (Wikipedia, s.f.). Tal y como lo reconoce el economista Erick Behar en su artículo en Portafolio luego de haber asistido a un panel en el marco del VII Congreso Nacional de

Teatro de 2019[26] "Es paradójico. Se vincula la economía naranja con la cultura, pero el mismo discurso naranja puede asestarle un golpe al teatro. A diferencia de subsectores relacionados, como la música, el teatro sufre de una falla de mercado que difícilmente permitirá que sea rentable." (Behar Villegas, 2019). Esta falla, tiene que ver con la creación de públicos y depende en gran medida de la tradición de un pueblo, es decir, de la necesidad social que se genere alrededor de esta actividad.

Evidentemente la producción teatral en Bogotá ha crecido exponencialmente en la última década, entre otras cosas, por el incremento de oferta de carreras profesionales de artes escénicas en instituciones de educación superior y la mejora de infraestructura, sin embargo, esto no ha significado un cambio en el consumo teatral.

Según la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Creativa de Bogotá [27]la asistencia a teatro, ópera y danza en el 2017 fue de 20,75%, y en lo que respecta a las razones por las cuales las personas no asistieron al teatro, ópera o danza, el desinterés fue la más alta con un 46,20%, seguida por falta de tiempo y falta de dinero respectivamente. Estas cifras evidencian que la demanda del teatro es inducida al no relacionarse con un bien de primera necesidad, por consiguiente, el adecuamiento de infraestructuras teatrales, así como la producción de calidad, deben estar de la mano de estrategias que

---

[26] En el panel sobre Economía Naranja del VII Congreso Nacional de Teatro 2019, participaron los economistas Juan Pablo Fernández y Erick Behar, este último bajo los argumentos de defender la economía naranja y sus implicaciones, sin embargo, durante el debate y luego de conocer de la boca de las personas que viven el sector, comprendió que esos elementos que defendía de la economía neoliberal no son aplicables a la práctica teatral, aceptando hasta cierto punto el análisis de Juan Pablo Fernández y publicando un artículo al respecto.

[27] Es importante aclarar que, en su mayoría, las cifras estatales tanto a nivel nacional como distrital no tienen información detallada sobre el sector teatral, debido a que los indicadores están asociados con otras áreas artísticas, lo que no permite análisis específicos sobre el área.

involucren al sector teatral con la sociedad, por ejemplo, con programas de formación y crítica teatral desde la primera infancia, así como eventos de circulación para organizaciones del sector público, universidades, organizaciones gremiales y sectores productivos, que permitan a sus asociados el derecho de conocer una de las áreas artísticas más complejas, que integra las demás artes en su ejecución.

Bibliografía

Arango, F. (12 de Mayo de 2021). *Una política cultural independiente.* Obtenido de Más Colombia: https://mascolombia.com/una-politica-cultural-mundial-independiente/

Archivo General de la Nación Colombia. (2018). *Índice normativo*. Obtenido de Archivo general de la nación: https://normativa.archivogeneral.gov.co/indice-normativo/

Behar Villegas, E. (9 de Septiembre de 2019). *¿Estamos matando el teatro en Colombia?* Obtenido de Revista Semana: https://www.semana.com/opinion/columnistas/articulo/estamos-matando-el-teatro-en-colombia-por-erick-behar-villegas/276692/

Bustos, M. (2021). Políticas para la infraestructura cultural en Bogotá. (Implementación de la Ley del Espectáculo Público 2013-2015). *Estudios Sociales Contemporáneos*(26), 254-390.

Chang, H.-J. (2008). *¿Qué fue del buen samaritano? Naciones ricas, naciones pobres.* Barcelona: Fundación OXFAM.

Concejo de Bogotá. (26 de Junio de 2018). Por el cual se establecen lineamientos para el fomento, promoción, incentivo y desarrollo de la Economía Naranja en el Distrito Capital. *Acuerdo 709 de 2018*. Bogotá, D.C., Colombia.

Congreso de la República. (7 de Agosto de 1997). Ley general de cultura. *Ley 397 de 1997*. Bogotá, D.C., Colombia.

Congreso de la República. (23 de Mayo de 2017). Por medio de la cual se fomenta la economía creativa Ley Naranja. *Ley 1834 de 2017*. Bogotá, D.C., Colombia.

Congreso de la República. (25 de Mayo de 2019). Pacto por Colombia, pacto por la equidad. *Plan Nacional de desarrollo 2018-2022*. Bogotá, D.C., Colombia.

Consejo Distrital de Política Económica y Social del Distrito. (26 de Septiembre de 2019). Política pública distrital de Economía Cultural y Creativa 2019-2038. *CONPES D.C. 02*. Bogotá, D.C., Colombia.

Consejo Nacional de Política Económica y Social. (26 de Abril de 2010). Política nacional para la promoción de las industrias culturales en Colombia. *Compes 3659*. Bogotá, D.C., Colombia.

Duque, I. (7 de Agosto de 2018). *El Pacto por Colombia: Discurso de posesión del Presidente de la República, Iván Duque Márquez*. Obtenido de Presidencia de la República: https://id.presidencia.gov.co/Paginas/prensa/2018/El-Pacto-por-COLOMBIA-Discurso-de-Posesion-del-Presidente-de-la-Republica-Ivan-Duque-Marquez.aspx

El concepto de la industria cultural de Theodor Adorno. (27 de julio de 2014). *Interiorgráfico*(2da edición). Recuperado el enero de 2022, de https://interiorgrafico.com/edicion/segunda-edicion-interiorgrafico/el-concepto-de-la-industria-cultural-de-theodor-adorno

El Contribuyente. (11 de Octubre de 2017). *¿Qué es la mentefactura y por qué te conviene implementarla en tu negocio?* Obtenido de El Contribuyente: https://www.elcontribuyente.mx/2017/10/que-es-la-mentefactura-y-por-que-te-conviene-implementarla-en-tu-negocio/

García Canclini, N. (Enero - marzo de 2000). Industrias Culturales y globalización: Procesos de desarrollo e integración en América Latina. *Estudios Internacionales*(129), 90-111.

García Canclini, N. (2006). *Las industrias culturales y el desarrollo de México.* México: Siglo XXI Editores.

Hawkins, J. (2013). *The Creative Economy: How people make money from ideas.* Penguin global.

Invest in Bogota. (2021). *Industrias creativas y culturales*. Obtenido de Invest in Bogota: https://es.investinbogota.org/sectores-de-inversion/industrias-creativas-en-bogota/

Iregui, J. (noviembre de 2004). *TLC impacta la cultura (¿continúa el medio del arte sin saberlo?)*. Obtenido de Esfera pública: https://esferapublica.org/nfblog/urgente-tlc-negocia-la-cultura-y-el-medio-del-arte-sin-saberlo-2/

Martín Barbero, J. (1993). Industrias culturales: Modernidad e identidad. *Anàlisi*, 9-20.

Marx, K. (2017). *El Capital.* Madrid: Siglo XXI Editores.

Payan, S. (Septiembre de 2017). *Las deudas del FITB*. Obtenido de Cero Setenta: https://cerosetenta.uniandes.edu.co/especiales/las-deudas-del-fitb/

Policonomics. (s.f.). *Oferta y demanda*. Obtenido de Policonomics: https://policonomics.com/es/oferta-demanda/#:~:text=La%20demanda%20es%20el%20valor,bien%20y%20a%20la%20renta%20disponibles.

Pryde, R. (2010). La gestión cultural del Reino Unido. *La gestión cultural del Reino Unido.* Madrid: British Council. Obtenido de http://mayores.uji.es/wp-content/uploads/2018/10/introduccion_compartir-con-alumnos.pdf

Revista Semana. (5 de Abril de 2020). *"Mucha pantalla, poca naranja": actores colombianos molestos con Duque*. Obtenido de Revista Semana: https://www.semana.com/tecnologia/articulo/mucha-pantalla-poca-naranja-actores-colombianos-molestos-por-tiempo-en-tv/661727/

Taborda Herrera, E. (8 de Octubre de 2019). *Opiniones divididas genera proyecto de Áreas de Desarrollo Naranjas (ADN)*. Obtenido de El Universal: https://www.eluniversal.com.co/cartagena/opiniones-divididas-genera-proyecto-de-areas-de-desarrollo-naranjas-adn-LH1845692

Universidad Nacional del Litoral. (2018). Ciencia, Arte y Conocimiento (recurso didáctico en línea). Santafé, Argentina. Recuperado el 10 de marzo de 2022, de http://www.unl.edu.ar/ingreso/cursos/cac/

Wikipedia. (s.f.). *Ley de Say*. Obtenido de Wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Ley_de_Say

Wikipedia. (s.f.). *Valor de uso*. Obtenido de Wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Valor_de_uso

Yúdice, G. (2009). *El recurso de la cultura.* Barcelona: Gedisa.