

Editorial

La economía y gestión de la cultura popular como motor de desarrollo territorial

<http://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.v15.n2.2023.1>

Jesús Heredia-Carroza*

Luis Fernando Aguado**

Joan Miguel Tejedor-Estupiñán***

La economía de la cultura se ha consolidado como un área de especialización bien definida de la economía (Z1: Cultural Economics; Z11: Economics of the Arts and Literature), que se enfoca en la producción y distribución de servicios exclusivos del sector cultural y creativo. Este último está integrado por subsectores que van desde las artes escénicas y las artes visuales, pasando por el patrimonio material e inmaterial, hasta los nuevos medios de comunicación y el *software* de contenidos. La literatura, tanto teórica como empírica, ha identificado que los bienes y servicios culturales y creativos desempeñan un papel multifacético en la sociedad, contribuyen a mejorar la calidad de vida de las personas, a reforzar la cohesión social y a generar estabilidad económica (ingresos, riqueza y empleos).

Actualmente, la gestión de la dimensión simbólica de un territorio (ciudad/país) es un elemento clave que determina su competitividad, y el sector cultural y creativo constituye la principal apuesta para generar nuevos ingresos y empleos. La cultura popular constituye el fundamento del sentido de pertenencia de las personas a una comunidad y su identidad geográfica. Por ello, el gran potencial de este sector que ha

* Doctor en Ciencias Económicas, Empresariales y Sociales. Investigador Posdoctoral del Departamento de Economía e Historia Económica de la Universidad de Sevilla, beneficiario de las Ayudas para la Recualificación del Sistema Universitario Español. Modalidad Margarita Salas (Fondos NextGenerationEU). Profesor del Departamento de Economía e Historia Económica de la Universidad de Sevilla (Sevilla, España). Correo electrónico: jheredia1@us.es  <https://orcid.org/0000-0003-2280-2680>

** Doctor en Teoría Económica y Economía Política. Profesor del Departamento de Economía, Pontificia Universidad Javeriana Cali (Cali, Colombia). Correo electrónico: lfaguado@javerianacali.edu.co  <https://orcid.org/0000-0002-1675-0418>

*** Ph.D. en Ciencias Económicas, editor de la *Revista Finanzas y Política Económica* de la Universidad Católica de Colombia. Dirección de correspondencia: Facultad de Economía, Universidad Católica de Colombia, Carrera 13 n.º 47-49 (Bogotá, Colombia). Correo electrónico: jmtejedor@ucatolica.edu.co  <https://orcid.org/0000-0002-2346-3222>

generado ingresos y empleos durante muchas décadas centra su fuente en la creatividad de la población local que transforma su capital cultural (patrimonio material e inmaterial) en bienes, servicios y experiencias auténticas y únicas para quienes las disfrutan, a través de distintas expresiones, como la música, el baile, la gastronomía, la artesanía, los contenidos y servicios creativos.

Los bienes y servicios culturales también se producen en entidades públicas y privadas, e incluso desde el sector informal. Su característica principal es el valor individual y colectivo que estos contienen, lo cual depende, por un lado, de las dimensiones individuales de valor, como la simbólica, la funcional y la emocional, y, por el otro, de las dimensiones colectivas, que tienen que ver con el valor de existencia, legado, identidad y prestigio (Bonet, 2001).

Los retos del sector cultural en pleno siglo XXI se relacionan con la implementación de las tecnologías relacionadas con la cuarta revolución industrial, donde los actuales creadores de bienes y servicios culturales se dan a conocer gracias a la internet, pueden vender sus productos en casi todo el mundo y muestran la particularidad de sus costumbres, técnicas y creaciones. La impresión 3D, la robótica, la ciencia de datos, la ciberseguridad y el internet de las cosas son herramientas que en la actualidad están cambiando los paradigmas contemporáneos de producción, mostrando otras posibilidades para la divulgación de las culturas populares y demás bienes y servicios culturales que emergen de estas.

El presente número de la *Revista Finanzas y Política Económica* recoge las mejores contribuciones socializadas en la segunda edición del “Workshop sobre Economía y Gestión de la Cultura Popular” (WPCEM), el cual también es un evento pionero en Iberoamérica. El objetivo primordial del WPCEM es discutir contribuciones de la investigación académica y aportaciones derivadas de la gestión y la experiencia de diferentes agentes en la cadena de valor, para el fortalecimiento de la cultura local y popular arraigada en los territorios.

Para esta edición monográfica hemos seleccionado nueve artículos, los cuales han aprobado satisfactoriamente el riguroso proceso de revisión por pares de la revista. Los artículos presentan los aportes en los sectores de bienes y servicios de las culturas populares en países de Iberoamérica, relacionados con el sector de las industrias culturales, las microorganizaciones creativas, las artes escénicas, las librerías públicas, la música popular, los derechos económicos y sociales de los artistas o el patrimonio cultural, los cuales resaltan también los impactos de la pandemia de la COVID-19 en este importante sector. Ello permite un mejor acercamiento y conocimiento de la realidad de la economía de la cultura popular en Colombia e Iberoamérica.

Finalmente, agradecemos a los diferentes autores y gestores culturales que enviaron y presentaron sus contribuciones en WPCEM. Igualmente, a los asistentes y a instituciones como el Banco de la República de Colombia, la Universidad Tecnológica de Bolívar, el Ilustre Ayuntamiento de Osuna y la Escuela Universitaria de Osuna (España), por su apoyo para el desarrollo del evento, y a la Universidad Católica de Colombia, en particular al Editor, al Comité Editorial y a los evaluadores de la Revista Finanzas y Política Económica, por permitir desarrollar un proceso de selección de alta calidad, para conformar esta edición temática especial y, con ello, contribuir a la promoción y circulación del conocimiento económico aplicado a la cultura popular.

REFERENCIA

1. Bonet Agustí, L. (2001). *Economía y cultura: una reflexión en clave latinoamericana*. Barcelona: Investigación para la Oficina para Europa del Banco Interamericano de Desarrollo.