

## **Industrias culturales y creativas, un debate conceptual para entender la producción simbólica en el contexto cubano**

*Cultural and Creative Industries, a Conceptual Debate to Understand  
Symbolic Production in the Cuban Context*

Rubén Padrón Garriga<sup>1\*</sup> <https://orcid.org/0000-0002-8025-6780>

Yamilé Ferrán Fernández<sup>2</sup> <https://orcid.org/0000-0002-1698-0678>

Ailyn Martín Pastrana<sup>3</sup> <https://orcid.org/0000-0002-2317-0825>

<sup>1</sup> Instituto Cubano de Investigación Cultural Juan Marinello. Cuba.

<sup>2</sup> Facultad de Comunicación. Universidad de La Habana. Cuba.

<sup>3</sup> Universidad de Zacatecas. México.

\*Autor para la correspondencia: [nemorino93@gmail.com](mailto:nemorino93@gmail.com)

### **RESUMEN**

El texto presenta un debate acerca de los términos industria cultural e industria creativa, provenientes de la economía política de la cultura de la comunicación, así como sus principales debilidades y fortalezas para el análisis de las organizaciones cuyo fin es la producción simbólica en el siglo XXI cubano. De igual forma, aborda la evolución de las políticas públicas en el sector de la economía y la cultura que propician la creación y desarrollo de nuevos emprendimientos en la producción cultural. Asienta un cierre hacia reflexiones y generalizaciones a modo de provocación para estudios posibles que se interesen por escudriñar estas relaciones y avizorar las complejidades de estas organizaciones.

**Palabras clave:** economía política de la cultura, emprendimiento, industrias creativas, industrias culturales.

### **ABSTRACT**

*The text presents a debate about the terms cultural industry and creative industry coming from the political economy of the culture of communication, its main weaknesses and strengths for the analysis of the organizations whose purpose is the*

*symbolic production in the Cuban XXI century. Also, it approaches the evolution of public policies in the sector of economy and culture that propitiate the creation and development of new enterprises whose purpose is cultural production. It ends with reflections and conclusions for an in-depth study of these organizations.*

**Keywords:** cultural industries, creative industries, entrepreneurship, political economy of culture.

Recibido: 13/1/2023

Aceptado: 20/1/2023

## INTRODUCCIÓN

En las diferentes tipologías de sociedades contemporáneas que se conocen del sistema-mundo, cada vez se hace más evidente la transversalidad de la cultura en todos los procesos y sistemas de funcionamiento social. Si bien el eje o dimensión cultural, admite ser deconstruida de modo autónomo, en la realidad social la cultura media y es mediada por los constructos económicos, políticos, sociales, remitiendo certezas al investigador social sobre la legitimidad de asumir análisis multiprocesuales y multivariados.

Un paso de avance clave en la valoración de la cultura como variable para el desarrollo a nivel internacional fue el Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 1997), el cual no solo puso a todo el sector cultural en una posición más destacada al considerar la cultura como fin del desarrollo, sino que transversalizó otras aristas de esta, como las identidades o el patrimonio en sus propuestas a las políticas públicas. (UNESCO, 1997; Rucker y Marrone, 2019).

Actualmente el Foro de los Países de América Latina y el Caribe sobre el Desarrollo Sostenible, vinculado a de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y encargado de velar por la ejecución de la Agenda 2030 del Programa de Desarrollo de las Naciones Unidas (Organización de las Naciones Unidas, 2018), resalta «la promoción de la inclusión social, el reconocimiento de la diversidad cultural y del papel crucial de la cultura para facilitar el desarrollo sostenible, la protección y el uso

sostenible del ambiente, y el favorecimiento del buen vivir en armonía con la naturaleza». (p. 86). En la citada agenda, si bien la cultura no se define dentro de los diecisiete objetivos medulares, sí es mencionada entre las metas de varios objetivos.

A lo largo de su historia, el Estado socialista cubano constituyó importantes instituciones para regir e impulsar la producción artística y literaria. Unido a esto, surgen otras con un carácter más especializado, como las empresas productoras musicales, las agencias de representación, empresas comercializadoras y promotoras, agencias para el turismo cultural, entre otras.

Con la emergencia del sector privado y el trabajo por cuenta propia (TCP) se diversificaron y complejizaron las ofertas culturales, recreativas y simbólicas conviviendo así con aquellas que se gestan desde el sector público. Un grupo de emprendimientos se consolida como micro, pequeñas y medianas industrias culturales/creativas que incluyen bares y restaurantes que fungen como centros nocturnos; asimismo se desarrollan artesanos y diseñadores industriales, productoras cinematográficas independientes, agencias de diseño, comunicación y publicidad, agencias turísticas, estudios fotográficos, agencias organizadoras de eventos, academias de baile, vendedores de libros y revistas, galerías de arte independientes, y demás, que hoy están incidiendo de forma directa en el panorama cultural y mediando la forma en que los cubanos interactúan con las producciones simbólicas; por lo cual, su estudio desde aristas inter y transdisciplinarias resulta imprescindible, tanto para el perfeccionamiento de las políticas económicas, como para el de las políticas culturales.

## **ECONOMÍA POLÍTICA DE LA CULTURA, UN DEBATE CONCEPTUAL INACABADO**

La relación entre la economía y la cultura es un terreno teórico con insuficiente exploración dentro de las ciencias sociales cubanas, tal vez por ser también campo con pocos conceptos acabados, y sí muchos núcleos abiertos al debate, para los cuales existen pocas propuestas modélicas a nivel internacional.

La economía de la cultura es definida por el teórico español Ramón Zallo como:

Una economía de valores intangibles o simbólicos generados por trabajos creativos, en forma de bienes o servicios individualmente insustituibles y en permanente renovación de contenidos o de interpretaciones. Es una economía

de la oferta múltiple, oferta que crea la demanda y que tiene una funcionalidad y eficacia social más allá de su valor económico [...] Tiene amplias zonas de bien público, también mercados bien imperfectos y una inevitable presencia de las administraciones públicas. Todo ello permite considerar económicamente a la cultura como un sector con sus ramas, subsectores y actividades auxiliares. (Zallo, 2007, p. 230)

El estudio de la economía de la cultura asume que las relaciones y los procesos culturales no están aisladas y se objetivan en un entorno económico, por tanto, están signadas también por las leyes de la economía y el mercado (Espinal, 2006). Por otro lado, las industrias culturales y creativas –que serán abordadas a continuación– se entrecruzan con otras industrias como la de los servicios y pueden constituirse polos importantes de desarrollo económico. Las actividades culturales también están mediadas por el sistema sociopolítico bajo el que se desarrollan, y las prácticas de producción simbólica, además, por las formas de gestión de la organización que les da cabida.

Para entender cómo estas industrias pueden convertirse en catalizadoras del desarrollo socioeconómico en Cuba es imprescindible dilucidar el debate conceptual en torno a esos términos (industrias culturales e industrias creativas), sobre los cuales el examen remite a posiciones tan variopintas que van desde la hibridez hasta la ambigüedad en no poca de la literatura al uso –sobre todo aquella que pretende ser guía para el trazado de políticas.

## **INDUSTRIAS CULTURALES**

El término *industria cultural* fue acuñado por los teóricos de la Escuela de Frankfurt, Max Horkheimer y Theodor Adorno. Tiene como basamento teórico fundamental el materialismo histórico de Karl Marx aplicado al análisis de las dinámicas propias de los fenómenos superestructurales de la cultura y el comportamiento colectivo en la década del 40 del pasado siglo.

La nombrada Teoría Crítica intenta penetrar el sentido de los fenómenos estructurales primarios de la sociedad contemporánea, el capitalismo y la industrialización (Vidal, 2012). En su obra *Dialéctica de la Ilustración*, Horkheimer y Adorno (1944), asumen la Ilustración –entendida en tanto ideología suprema del capitalismo– como un proceso en primera instancia de dominación cultural al servicio de la burguesía. Según los clásicos de la Teoría Crítica, las industrias culturales tienen una relación bidireccional con la «cultura de masas», que entiende al sujeto despojado de su capacidad crítica. Las

industrias culturales para operar necesitan a la cultura de masas y estas, a su vez, coadyuvan a su reproducción mediante múltiples mecanismos.

## CRÍTICAS Y LIMITACIONES

Si bien la Teoría Crítica sobre las industrias culturales representó un avance innegable en el análisis de los fenómenos culturales y científicos en estrecha relación al poder y el desarrollo del capitalismo como sistema de dominación múltiple, ha tenido no pocas críticas a su visión absolutista y elitista de los procesos culturales y el desprecio por la capacidad crítica de los sujetos sociales. Al respecto, resultan particularmente lúcidas las palabras del académico e investigador cubano José Ramón Vidal:

En su afán crítico estos autores asumen, inconscientemente, los postulados del pensamiento conservador burgués que sirvió de sustento a la teoría hipodérmica. En su racionalización extrema desconocen el papel de la subjetividad y anulan al hombre como portador de una cultura y de identidades múltiples que le sirven para enfrentar, si se actúa conscientemente en esa dirección, a los mecanismos manipulatorios. (Vidal, 2012, s. p.)

En el plano empírico su principal limitación está en subestimar el valor de las culturas populares y las subjetividades creativas que estos sectores portan. La tendencia a pensar la cultura de masas utilizando el arte de vanguardia como referente estético y expresivo deja fuera buena parte de la producción simbólica y cultural que se produce en las sociedades. Los parámetros que usan para evaluar la autenticidad del arte también están permeados, paradójicamente, por esa visión iluminista<sup>1</sup> de la cultura que dicen rechazar, en el plano teórico, por su contaminación positivista (Linares, 2010; Robles, 2016).

Estas falencias la convierten en una teoría débil para estudiar las culturas populares, pues no hay una clara diferenciación entre «lo masivo» y «lo popular», y asume como único camino a la emancipación del sujeto la universalización absoluta de la alta cultura. Tampoco pueden explicar de manera sólida la diversificación de las organizaciones culturales que se desarrolló fundamentalmente en la última mitad del siglo XX y que continúa en el XXI.

Por otro lado, su principal contradicción en el plano teórico se haya en que, de asumir categóricamente sus postulados, no habría salida posible para lograr un proceso emancipatorio, pues le otorgan un carácter inmóvil o prácticamente inexistente a las potencialidades que tienen los sujetos sociales –tanto en individualidades como en

grupos o movimientos— para enfrentar los mecanismos de dominación que acertadamente describen (Robles, 2016; Vidal, 2012).

En el análisis de las hegemonías —aún más en la cultura—, estas no se pueden ver como procesos cerrados, sino como unidades vivas en constante búsqueda del equilibrio y en pugna con procesos contrahegemónicos que surgen de las bases sociales. La estandarización absoluta a nivel conceptual de los sujetos desconoce su capacidad para activar resortes que le permitan visualizar de forma crítica y transformadora su realidad. Por tanto, esta teoría, al menos en sus autores clásicos, se vuelve inoperante para explicar la organización de comunidades de resistencia y las conquistas sociales que se han gestado, desarrollado y triunfado a partir de estos resortes críticos —como puede ser la misma revolución cultural que se dio a partir de la Revolución cubana.

## **USOS CONTEMPORÁNEOS DEL CONCEPTO DE INDUSTRIAS CULTURALES**

A pesar de las reconocidas limitaciones del término, este sigue ampliamente utilizado, no solo en los estudios teóricos y académicos sobre la educación y la cultura, sino en los documentos programáticos que la regulan en tratados y acuerdos internacionales sobre el desarrollo cultural.

La industria cultural ha dejado de entenderse meramente como negocios desconectados de cualquier responsabilidad social, como lo ha hecho el capitalismo contemporáneo; estos han evolucionado para hacerse sostenibles en un mundo que ha reconfigurado, hibridado y desdibujado las fronteras entre los límites ideológicos del poder. Sobre la evolución del concepto y su función para el desarrollo de la cultura en el siglo XXI. Al respecto, la UNESCO (2010) declara:

El concepto de industrias culturales no es nuevo. Theodor Adorno comenzó a utilizarlo en 1948 refiriéndose a las técnicas de reproducción industrial en la creación y difusión masiva de obras culturales. Medio siglo más tarde, se observa que los modos de crear, producir, distribuir y disfrutar de los productos culturales se han ido modificando extraordinariamente. Además de las transformaciones tecnológicas y del papel de los medios de comunicación, la cultura se ha incorporado a procesos de producción sofisticados, cadenas productivas complejas y circulación a gran escala en distintos mercados. (p. 17)

Por su parte, el informe del Banco Interamericano de Desarrollo (Quartesan, Romis y Lanzafame, 2007) las define como:

Aquellos sectores que están directamente involucrados con la creación, producción y distribución de bienes y servicios que son de naturaleza cultural y que están usualmente protegidos por el derecho de autor. Los bienes y servicios culturales son aquellos cuyo valor económico primario deriva de su valor cultural y tienen el potencial para la creación de riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual. (p. 4)

Sin perder totalmente su esencia crítica al funcionamiento hegemónico de la producción simbólica, el concepto de industria cultural se pluraliza y deja de utilizarse en un sentido restrictivamente socioclasista, sino que adquiere la función de explicar la producción cultural e ideológica de las sociedades posmodernas bajo diversos modelos de gestión. Unido a esto, no pocas guías para el desarrollo proponen la intervención y regulación de los Estados desde las instituciones públicas para establecer políticas culturales que, desde las lógicas de las industrias culturales, promuevan una cultura más allá de la dinámica mercantil y que, de cierta manera, pueden hasta significar prácticas democratizadoras (Szpilbarg y Saferstein, 2014).

## **INDUSTRIAS CREATIVAS**

El desarrollo de la discutida «posmodernidad» implicó también una diversificación de las fuentes económicas y los modelos de gestión de la producción cultural. Los clásicos de la Escuela de Frankfurt pensaron las industrias culturales solo como grandes consorcios –estatales o privados– capaces –y necesitados– de llevar a cabo una producción simbólica hegemónica ante la sociedad. Sin embargo, el propio desarrollo tecnológico y social permitió el surgimiento de pequeñas industrias culturales que se escapaban de esta concepción por su imposibilidad y no intencionalidad manifiesta de generar una producción hegemónica, incluso, algunas pretendían y pretenden constituirse como alternativas a los grandes monopolios.

¿Cómo entender bajo esta lógica, entonces, aquellas pequeñas y medianas empresas, cuyo fin es producir bienes culturales a pequeña escala? Dentro de esta categoría coexisten y perfilan su hacer desde agencias de diverso tipo o grupos de hacedores con similar división del trabajo (artesanos, guías turísticos), productoras cinematográficas independientes, pequeñas imprentas o medios de comunicación, micro salas de teatro o

conciertos, galerías de arte fuera de los circuitos ventajosos, compañías que producen Indie Games o *software* libre, entre otros.

El desarrollo del concepto de *industrias creativas* parte de la disidencia del concepto de *industrias culturales*, asumiendo su debilidad para explicar los procesos y organizaciones antes mencionadas. Tuvo su inicio en la década del noventa en Gran Bretaña, Australia y Nueva Zelanda, para luego expandirse hacia el resto del mundo. El cambio conceptual presupone e implica, entonces, un conjunto más amplio de actividades y formas de gestión que el aportado por las industrias culturales, en las que el producto o servicio contiene un elemento artístico o creativo sustancial (Szpilbarg y Saferstein, 2014).

A nivel conceptual, uno de los problemas que presenta la teoría sobre las industrias creativas es precisamente su poca claridad en cuanto a concepto. Sin embargo, lo que tienen de común la mayoría de las definiciones es la prioridad que se le da al talento individual en las industrias vinculadas a la producción simbólica en el contexto de las tecnologías de la información y la comunicación, en una nueva economía del conocimiento para el uso de los nuevos consumidores. (Hartley citado en Castro-Higueras, 2016).

Al contrario de la teoría sobre industrias culturales que entienden al sujeto social como una masa homogénea, las industrias creativas lo asumen –en influencia gnoseológica de los estudios culturales– como segmentos muy variados y heterogéneos de comunidades de intereses. Se distancian del análisis socio-clasista de las empresas productoras de cultura para entender ese panorama desde la diversidad de agentes y actores culturales con distintas posiciones de poder y posibilidades de participar en la vida cultural.

Por ende, las industrias creativas en los últimos años están consideradas por varias políticas culturales como agentes creativos generadores de cambio e innovación que proponen una producción simbólica variada y particularizada en los contextos donde se objetivan; por lo cual, representan un foco de desarrollo a nivel local y regional importante, tanto de la cultura como de las economías (Castro-Higueras, 2016; Cunningham, 2011),

Sin embargo, las industrias creativas tampoco están exentas de fuertes críticas a nivel teórico y empírico. Además de su endeble definición conceptual, el principal cuestionamiento a nivel modélico es su insuficiente valor del papel del poder desigual, de la estructuración socioclasista y del capitalismo como sistema de dominación

múltiple en la capacidad de participación cultural y económica de los actores sociales que operan bajo su lógica.

Si bien la teoría sobre industrias culturales peca de una pobre diversificación de los actores que integran el panorama cultural, las nociones conceptuales de industrias creativas, en muchos casos, asumen a estos actores en casi igualdad de condiciones, dando la sensación de que cualquier persona o institución puede desarrollarse solo desde la creatividad e incidir de forma funcional en el panorama de la producción simbólica, relegando así a un segundo plano el papel de las hegemonías y la estructuración socioclasista en las maneras y posibilidades desiguales de participar (Miller, 2011).

Más allá de las discusiones teóricas, varias guías y propuestas de organismos internacionales como la UNESCO han optado por unir ambos conceptos. Debido a la ausencia de una nueva teoría solidificada capaz de integrar las fortalezas y superar las debilidades conceptuales de cada una de las corrientes, se emplean de forma conjunta pues, si bien tienen puntos que pudieran entenderse como antagónicos, cada una completa lo que le falta a la otra. Por esta razón, la categoría conceptual de la presente investigación también asume los emprendimientos con esta etiqueta (culturales/creativos):

El concepto de *industria cultural y creativa* debe entenderse no en el sentido puramente «industrial» del término, sino en el sentido de sectores de actividad organizada, compuestos por las funciones necesarias para permitir que los bienes servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial lleguen al público o al mercado. Por ello, no se limitan a los productores de contenidos, sino que engloban todas otras actividades conexas o relacionadas que contribuyen a la realización y la difusión de los productos culturales y creativos, es decir, reproducción y duplicación; soporte técnico y equipamiento de apoyo; promoción, difusión, circulación, venta y distribución; conservación; comunicación, información y formación. (UNESCO, 2010, p. 17)

## ECONOMÍA CREATIVA

La *economía creativa* también es un término atribuido al académico británico John Howkins a principios de los años 2000.<sup>2</sup> Más adelante, también fue conceptualizada desde América Latina por el autor colombiano Felipe Bruitrago como economía naranja,<sup>3</sup> haciendo énfasis en su carácter cultural. Su núcleo conceptual comienza a estar más ligado a la idea de que la creatividad trasciende la producción artística tradicional o

los medios de comunicación masiva para imbricarse en nuevos modos de hacer cada vez más híbridos, los cuales implican otros sectores industriales como el turismo, los servicios o la industria tecnológica, con potencialidades, además, de convertirse en un foco de desarrollo en expansión.

La corriente intenta centrar la atención en el ser humano y sus capacidades para capacidades intelectuales para aprovechar las potencialidades –tanto materiales como culturales– existentes en los espacios circundantes y a partir de ahí generar productos o servicios, que se conviertan un medio para satisfacer sus necesidades económicas y espirituales. La economía naranja como eje de desarrollo se enfoca en el comercio creativo que tiene como objetivo maximizar el valor simbólico de los productos, aprovechar aquellas tradiciones en cuanto a cultura laboral y oficios, lo que permite la creación de empleos y riquezas desde un punto de vista sostenible tanto medioambiental como socialmente (Cruz y Andino, 2018; González, 2020).

Por otro lado, la economía creativa coadyuva al desarrollo de tendencias en mercados culturales que aprovecha los valores identitarios de los países y territorios para integrarlos en productos y servicios con valores agregados, lo cual también permite universalizar las tradiciones y aquellos valores propios de cada comunidad (Peña y Forero, 2018).

A partir de ahí se derivan otros términos como el de ciudad creativa que hace alusión a los conjuntos urbanos que cuentan con actividades culturales como un componente esencial de su economía y funcionamiento social, con un modelo que les permite hacer de estas actividades un punto de sostenibilidad. En esta misma línea se encuentra el turismo creativo, el cual bebe de las teorizaciones relativas al turismo cultural, pero trasciende el concepto tradicional de cultura para analizar la relación del turismo con los oficios, el patrimonio, las tradiciones locales y el papel de la creatividad para generar productos y servicios que puedan imbricarse directamente con las estrategias de desarrollo territoriales (Cruz y Andino, 2018).

La economía naranja además plantea una necesidad de integrar distintos ejes de desarrollo para lograr modelos sostenibles que permitan hacer redituables los beneficios de las instituciones productivas. A diferencia de otras, las industrias creativas, que se erigen bajo este modelo para crecer, necesitan estar enclavadas en territorios cuyas políticas culturales y resultados, en cuanto a desarrollo social, sustenten sus productos y/o servicios. O sea, el desarrollo de los emprendimientos debe ir aparejado al desarrollo territorial.

Otro de los elementos medulares que se necesitan para su desarrollo está en la integración de las pequeñas y medianas empresas (pymes) con las organizaciones públicas en aras de lograr lazos de cooperación que permitan una visión articulada del desarrollo social. Las pymes aportan la diversidad necesaria para el desarrollo de una oferta amplia de productos y servicios que brinden una diferencia alternativa a las producciones estandarizadas. Por su parte, el sector público aporta el desarrollo de estructuras y organizaciones cuyo fin se revierte directamente en el desarrollo de una sociedad más informada y creativa (museos, centros de investigación, espacios educativos), como también en sistemas de información y comunicación pública que propician a nivel nacional y territorial la visualización de las potencialidades y ventajas de cada lugar (González, 2020; Cruz y Andino, 2018; Peña y Forero, 2018).

Los conceptos de economía creativa y economía naranja tampoco están exentos de cuestionamientos, entre los más frecuentes se encuentran:

- Insuficiente análisis del papel de los sistemas capitalistas de dominación en la construcción de hegemonías en el terreno económico y cultural que limitan las posibilidades reales de desarrollo para sectores creativos que se opongan a ser dominados por la lógica del capital, si se tiene en cuenta que en el marco del sistema capitalista neoliberal lo económico, por lo general, acaba preponderando sobre lo social (Gomes, 2018; Miller, 2011).
- Poca claridad del papel de la responsabilidad social en la gestión de la economía creativa. Gomes (2018) afirma que, si bien en la literatura que conceptualiza las economías creativas es frecuente leer términos como «ecología», «creación de empleos» o «trabajo creativo», son insuficientes los estudios que constaten que en las industrias creativas haya menor riesgo de agresión al medioambiente o explotación laboral, sobre esta última variable, algunas investigaciones apuntan al alto índice de trabajo informal en América Latina en sectores vinculados a las industrias turísticas que se asumen bajo el paraguas de la economía creativa.
- La posibilidad de gentrificación y aumento de las desigualdades territoriales al establecer focos de políticas de desarrollo de industrias creativas en los centros urbanos que, por lo general, son los que mayores potencialidades tienen para su imbricación con sectores como el turismo. Esto deja fuera de este eje de desarrollo a aquellos territorios con menores cercanías a los centros de desarrollo, lo cual reproduce un esquema de desarrollo desigual que enriquece

unas zonas mientras las otras quedan desatendidas y empobrecidas (Gomes, 2018).

Unido a lo antes mencionado, teóricos latinoamericanos como Néstor García Canclini apuntan el riesgo de mercantilizar y, por tanto, deformar tradiciones culturales y valores identitarios sobre la base de estereotipos colonialistas que simplifican para las industrias turísticas y comerciales la cultura de países, territorios o grupos poblacionales. Esto se aumenta cuando esa economía creativa forma parte de una cadena de valor en la que están implicadas grandes empresas transaccionales que reducen a las industrias creativas nacionales a un mero eslabón de la cadena (García, 1987; Gomes, 2018).

Las críticas en la mayoría de los casos se centran en desmitificar el papel de la economía como una especie de salvación mágica de los territorios y sus ciudadanos, y alertar sus posibles deformaciones. Que un modelo de gestión pueda aprovechar al máximo las capacidades creativas de cada sujeto puede constituir una visión utópica de las rutinas productivas que se establecen en cualquier organización, sin embargo, apostar por una filosofía organizacional que tenga como meta incluir, cada vez más, estas potencialidades, sí puede ser un factor clave que ayude a garantizar un desarrollo que articule diversas variables desde una concepción y operacionalización holística.

La economía creativa, como la gran parte de las teorías sobre el desarrollo producidas durante el presente y pasado siglo, legitima la reproducción del capital como un proceso incuestionable e imprescindible para el desarrollo social. En este caso puntual, sus preceptos carecen de una visión lo suficientemente crítica a las lógicas de dominación universal y la estructuración socioclasista de las sociedades. Sin embargo, por otro lado, promueven un enfoque que le otorga un merecido papel a la cultura como eje potencial de desarrollo, asimismo, apuestan por la redituabilidad entre los beneficios económicos en los beneficios sociales y culturales, y viceversa.

El éxito para que la economía creativa se convierta en un paradigma de desarrollo sostenible y una metodología aplicable que permita reducir las brechas sociales y empoderar a los sujetos en su condición de trabajadores y ciudadanos activos dependerá de su uso por parte de políticas culturales y económicas que reconozcan sus ventajas y desventajas, al tiempo que sean capaces de integrar sus valores con las instituciones de un sector público que, necesariamente, debe convertirse en una guía y un catalizador de un desarrollo, pero que debe tener en cuenta todos los actores y agentes que median en los procesos culturales.

## **INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS EN CUBA: EL PAPEL DEL ESTADO Y EL SECTOR PRIVADO**

La Revolución cubana de 1959 constituyó en sí misma una revolución cultural, y con el establecimiento de un nuevo Estado socialista, la cultura y la mediación estatal sobre la cultura se ha constituido en un elemento que ha marcado de los procesos de producción simbólica acorde a las condicionantes sociohistóricas en las que se han objetivado.

Si bien la política cultural revolucionaria bebió de experiencias anteriores como aquellas llevadas a cabo de la sociedad cultural Nuestro Tiempo o las breves transformaciones producidas durante la Revolución del 30, fue un punto de ruptura con la tradición liberal imperante en Cuba y casi todo Occidente que subordinaba la producción cultural a las exigencias del mercado. El Estado socialista asumió, como una de sus principales banderas, la creación de una nueva cultura acorde con sus valores y nuevo pacto social para con los intelectuales, artistas y el pueblo en materia de derechos culturales.

A partir de este momento el Estado cubano se convertiría en el principal promotor de la producción simbólica/cultural. Se organizó un sistema único de educación; los cines, teatros y las demás instalaciones culturales pasaron a ser atendidas –y subsidiadas– por el Estado. Asimismo, surgieron un grupo de industrias culturales estatales cuyo encargo social estaba no en la reproducción del capital, sino en el desarrollo de la cultura, el arte y la producción simbólica y la garantía de su acceso a todas las capas populares.

El avance del nuevo Estado desarrolló una fuerte institucionalidad cultural, la cual elevó bajo su sombrilla la mayoría de los procesos de creación artístico-literaria, así como la investigación y mediación de otros procesos culturales en las bases populares como los carnavales o fiestas tradicionales. Este proceso no estuvo exento de contradicciones y resistencias las cuales tuvieron mayor o menos relevancia en los debates públicos en dependencia de las condicionantes sociohistóricas por las que transcurría el país.

La creación de un Ministerio de Cultura en 1976, además de un cambio de rumbo y rectificación de errores a la hora de conducir la política cultural en años anteriores, fue la cumbre de esa institucionalización de la promoción y gestión de la producción simbólica con un organismo estatal cuyo encargo social estaba encaminado a este fin.

Durante la crisis de los años 90 nombrada «Período especial en tiempos de paz», en el IV Congreso del Partido Comunista –realizado en 1991– se aprobaron varias resoluciones que sentaron base para la ampliación del proceso de fortalecimiento de la democracia socialista en su conjunto (Duharte, 2006). La reforma a la Carta Magna realizada ese año institucionalizó importantes cambios estructurales y funcionales que permitieron la aprobación de nuevas leyes y decretos leyes que transformaron la vida económica y social de la Isla. A partir de ese momento, se establecieron normas jurídicas que legislarían nuevas actividades económicas, las cuales diversificarían no solo las formas de producción, sino las relaciones sociales entre los trabajadores, la vida urbana, los servicios, y las prácticas culturales.

El 24 de febrero de 2019 Cuba refrenda una nueva Constitución con el 86,8 % de las boletas marcadas por el sí, el 9 % por el no, 2,5 % en blanco y 1,6 % nulas (Doimeadiós, Carmona y Pérez, 2019). El documento aprobado muestra cambios notables con respecto a su predecesor en cuanto a la propiedad no estatal sobre los medios de producción y el trabajo por cuenta propia.

La Carta Magna vigente reconoce siete tipos de propiedad<sup>4</sup> y se convierte en la primera que, luego de 1959, salvaguarda la propiedad privada sobre los medios de producción. Unido a esto respalda la posibilidad de los trabajadores no estatales de adquirir personalidad jurídica, y afirma que todas las formas de propiedad sobre los medios de producción interactúan en similares condiciones; el Estado regula y controla el modo en que contribuyen al desarrollo económico y social (Asamblea Nacional del Poder Popular, 2019).

En cuanto a las políticas culturales también presenta una significativa evolución con respecto a su antecesora; si bien sigue entendiendo al Estado como un orientador y promotor de la cultura, supera en buena medida esa visión estadocéntrica y verticalista de la cultura y las políticas culturales, y le asume al pueblo un papel esencial en su concepción, gestión e implementación. Tampoco limita la gestión de procesos culturales y simbólicos a una determinada forma de propiedad, permitiendo así el desarrollo de emprendimientos culturales/creativos tanto como empresas estatales, privadas, cooperativas o mixtas.

## SECTOR PRIVADO E INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

En noviembre de 2019 con el Decreto Ley 373, Del creador audiovisual y cinematográfico independiente (Consejo de Estado de la República de Cuba, 2019), se autorizan seis actividades nuevas, tres de ellas relacionadas con la producción cinematográfica independiente (Reinaldo y Tamayo, 2019): operador y/o arrendador de equipos para la producción artística, agentes de selección de elenco (*casting*), y auxiliar de producción artística. Con este instrumento legal, aunque se permite que el proceso de producción audiovisual se gestione de manera autónoma, el ICAIC mantiene su función rectora del cine y el audiovisual cubano, así como el control sobre «la producción, distribución, exhibición, promoción, comercialización y conservación del cine» (Consejo de Estado de la República de Cuba, 2019, p. 701). Constituye un cambio de mentalidad en cuanto a la forma de entender la relación de las instituciones estatales con los procesos de producción simbólica, así deja al Estado una función reguladora, promotora y en determinados momentos de mecenazgo, y a los grupos creativos independientes la gestión del proceso en sí.

En febrero de 2021 se elimina la lista de actividades autorizadas para el TCP y se sustituye por otras de actividades prohibidas (Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 2021). Esta medida constituyó una de las más importantes para aupar y promover legalmente la creatividad y la innovación en los procesos económicos del país, pues no limitaba la creación de organizaciones productoras con objetos sociales y económicos híbridos.

Sin embargo, en el sector vinculante a las industrias culturales y creativas conviene advertir que entre las actividades prohibidas hay varias relacionadas con la producción simbólica y artístico-literaria, a continuación, se ejemplifican algunas:

- Actividades de galerías de arte comerciales, la impresión y edición, de periódicos, revistas, tabloides, libros y demás.
- Actividades de bibliotecas físicas o digitales, archivos y centros de información o documentación.
- Producción audiovisual y cinematográfica, actividades de grabación de sonido y edición de música –excepto las amparadas por el Decreto Ley 373– (Consejo de Estado de la República de Cuba, 2019).

- Gestión de salas de conciertos, de video, galerías de arte, librerías –excepto la venta de libros de usos–, casas de cultura, teatros y otras instalaciones similares.
- Actividades de museos, gestión de lugares y edificios históricos.
- Agencias de representación.

No obstante, teniendo en cuenta el Clasificador Nacional de Actividades Económicas, quedan liberadas otras actividades que bien pueden constituirse como emprendimientos culturales y creativos, entre ellas:

- Producción de obras de teatro, conciertos, espectáculos operísticos o de danza y otras producciones escénicas.
- Actividades de grupos, circos o compañías, orquestas o bandas.
- Labores de escultores, pintores, dibujantes, grabadores, y demás.
- Actividades de escritores de todo tipo; por ejemplo, de obras de ficción, de obras técnicas, etc.
- Restauración de obras de arte, como cuadros, etc.
- Actividades de artistas individuales, como escritores, directores, músicos, conferenciantes, escenógrafos y constructores de decorados, entre otras.
- Gestión de bares, discotecas, pistas de baile y la organización de cumpleaños, bodas y otras actividades festivas.
- Actividades especializadas de diseño (incluye diseño gráfico e industrial).

La actual legislación ha permitido que un grupo de procesos creativos que antes estaban sumergidos en la economía informal logren establecerse como PYMES o trabajadores por cuenta propia, lo cual no tiene implicaciones solo en el terreno económico y tributario, sino en el campo simbólico. La asunción como organización legal permite al emprendedor darse a conocer en el espacio público, asimismo fortalece procesos internos y externos de identidad e imagen y, además, le permite establecer alianzas con el sector público, las cuales fortalecen una gestión plural e integrada de estos procesos culturales y creativos.

## **CONSIDERACIONES FINALES**

A nivel conceptual la economía política de la comunicación y la cultura debe asumirse como un campo dialéctico cuyo sistema categorial va evolucionando a la marcha de los procesos culturales y la forma en que grupos de personas se organizan para objetivarlos. Es necesario comprender fortalezas y debilidades de cada una de las escuelas para analizar un terreno tan polisémico y complejo como el emprendimiento privado en el sector de la cultura y la creatividad.

Actualmente, la producción simbólica bajo organizaciones culturales y creativas en Cuba se está diversificando, no solo en cuanto al desarrollo de nuevos procesos creativos –como la gestión publicitaria y el *marketing*–, sino a una diversificación de modos de gestión que integran varias industrias como la del conocimiento, la audiovisual, el diseño, la organización de eventos, la hostelería, entre otras, que están incidiendo tanto en las dinámicas económicas como las culturales del país.

La relación del Estado cubano con la propiedad privada ha estado marcada por coyunturas económico-políticas. Durante los últimos treinta años han ocurrido importantes cambios en la relación Estado-propiedad privada; desde una primera visión que asumía al sector privado de la economía como un «mal necesario», hasta las últimas concepciones que lo incluyen dentro de las políticas de desarrollo del país como agentes económicos y sociales.

Los Lineamientos de la política económica y social del Partido y la Revolución para el período 2016-2021, la Conceptualización del modelo económico y social cubano de desarrollo socialista y la Constitución de 2019 han ganado en cuanto a visión holística de las formas de propiedad y los actores económicos en la Isla. Al menos en estos documentos, se asume que durante la construcción del socialismo es importante que unas formas complementen a las otras, sin una posición antagónica. También reconocen la necesidad de crear las condiciones para el correcto desenvolvimiento de todas las formas de propiedad y que puedan contribuir al desarrollo del país.

Por su parte, la política cultural de la Revolución cubana tiene entre sus principales bases el antimperialismo y la concepción de la cultura como un derecho de la ciudadanía, lo cual implica un acceso masivo, inclusivo y abierto al arte y la literatura. Su ejecución ha estado marcada por coyunturas sociohistóricas particulares, de ahí que no pueda hablarse de una aplicación y concepción homogéneas, sino que han variado a lo largo del desarrollo histórico del país.

El Estado cubano socialista siempre ha fungido como el principal promotor y mecenas del arte, la literatura y las prácticas culturales que se realizan bajo el aliento de educar,

incluir y transformar las subjetividades colectivas. Si bien en los primeros años de la Revolución estas prácticas se daban principalmente dentro de las instituciones estatales, en la actualidad existe una relación mucho más compleja y diversa, la cual no debe verse *a priori* en tesitura de tensión, pues abarca sujetos y organizaciones fuera del Estado, cuyo encargo social está relacionado con producción de bienes simbólicos.

En la actualidad, la agenda pública país apuesta por una convivencia equilibrada y armónica entre las formas de gestión.

En este contexto, las industrias culturales y creativas no han de ser la excepción de la regla, máxime al calor de la muy recién aprobada Ley de Comunicación. Sin embargo, estas industrias tienen el plus de que su producción económica está estrechamente ligada a una producción de valores que también deben estar a tono con nuestro modelo de sociedad. Por tanto, el Estado no solo debe asumir un papel de regulador económico sino de mediador-gestor cultural. Para establecer de forma efectiva esta mediación se hace necesario emprender los correspondientes y actualizados análisis de carácter sistémico, abordajes complejos y desprejuiciados, debidamente contextualizados de estas industrias y también de las propias organizaciones culturales estatales, sin grandilocuencias ni desbordes, a la altura de entender la cultura como macroespacio de participación y apuesta social, lo cual permita (no renuncie) establecer tanto puntos en común como divergentes, y a partir de ahí planear de forma estratégica su fortalecimiento al interior de un modelo social justo e inclusivo –si bien no igualitario– y verdaderamente humanista.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASAMBLEA NACIONAL DEL PODER POPULAR (2019). *Constitución de la República de Cuba*. Editora Política.

CASTRO-HIGUERAS, A. (2016). *Industrias culturales vs industrias creativas: un análisis crítico*. Universidad de Málaga.

CONSEJO DE ESTADO DE LA REPÚBLICA DE CUBA (2019, 27 de junio). Decreto Ley 373. Del creador audiovisual y cinematográfico independiente. *Gaceta Oficial de la República de Cuba* (Ordinaria). Recuperado el 3 de septiembre de 2022 de <http://www.cuba.vlex.com/vid/decreto-ley-no-373-796149541>

- CRUZ, N. y ANDINO, P. (2018). *La economía creativa, una oportunidad para el desarrollo de los centros históricos*. Plan Maestro-Oficina del Historiador de la Ciudad de La Habana. Recuperado el 3 de septiembre de 2022 de [http://www.planmaestro.ohc.cu/recursos/papel/investigaciones/Cuaderno%20Economias%20Creativas\\_8mayo2019.pdf](http://www.planmaestro.ohc.cu/recursos/papel/investigaciones/Cuaderno%20Economias%20Creativas_8mayo2019.pdf)
- CUNNINGHAM, S. (2011). Las industrias creativas y algunas respuestas a sus críticos. *Ekonomiaz: Revista Vasca de Economía*, (78), 48-65. Recuperado el 3 de septiembre de 2022 de <https://ideas.repec.org/a/ekz/ekonoz/2011304.html>
- DOIMEADIÓS, D.; CARMONA, E. y PÉREZ, I. (2019, 25 de febrero). Cuba ratifica la nueva Constitución con el 86,85 % de los votos emitidos, según datos preliminares. Recuperado el 3 de septiembre de 2022 de <http://www.cubadebate.cu/noticias/2019/02/25/cuba-constitucion-referendo-resultados/#.XtPwAF1R3IU>
- DUHARTE, E. (2006). Reformas y tendencias políticas en Cuba: hacia un fortalecimiento de la legitimidad. En E. Duarte, *Teoría y procesos políticos contemporáneos* (pp. 324-345). Tomo 2. Editorial Félix Varela.
- ESPINAL, N. E. (2006). Economía de la cultura. *Ensayos de Economía*, XV (28), 71-82. Recuperado el 3 de septiembre de 2022 de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/ede/article/view/24706>
- GARCÍA, N. (1987). Ni folklórico ni masivo ¿Qué es lo popular? *Diálogos de la Comunicación*, (17), 6-11. Recuperado el 3 de septiembre de 2022 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2701186>
- GOMES, C. (2018, 7-12 de mayo). La economía creativa y las industrias culturales y creativas: ¿una alternativa postcapitalista? *XV Coloquio Internacional de Geocrítica Las ciencias sociales y la edificación de una sociedad postcapitalista*. Universitat de Barcelona. Recuperado el 3 de septiembre de 2022 de <http://www.ub.edu/geocrit/XV-Coloquio/ChristianneGomes.pdf>
- GONZÁLEZ, A. G. (2020). Economía del siglo XXI: economía naranja. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVI (4), 450-464. Recuperado el 3 de septiembre de 2022 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7687050>
- HORKHEIMER, M. y ADORNO, T. (1944). *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. Editorial Trotta. Recuperado el 3 de septiembre de 2022 de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/460335.pdf>
- LINARES, Y. B. (2010). La escuela de Frankfurt y el concepto de industria cultural. Herramientas y claves de lectura. *Revista Venezolana de Economía y Ciencias*

- Sociales*, XVI (3), 55-71. Recuperado el 3 de septiembre de 2022 de <https://www.redalyc.org/pdf/177/17731133004.pdf>
- MILLER, T. (2011). La nueva derecha de los estudios culturales-las industrias creativas. *Tabula Rasa* (15), 115-135. Recuperado el 3 de septiembre de 2022 de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1794-24892011000200007&lng=en&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1794-24892011000200007&lng=en&nrm=iso&tlng=es)
- MINISTERIO DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL (MTSS) (2021, 10 de febrero). Actividades donde no se permite el trabajo por cuenta propia. Recuperado el 3 de septiembre de 2022 de <https://www.mtss.gob.cu/noticias/actividades-donde-no-se-permite-el-ejercicio-del-trabajo-por-cuenta-propia>
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS (ONU) (2018). La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Una oportunidad para América Latina y el Caribe. Recuperado el 3 de septiembre de 2022 de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/40155>
- QUARTESAN, A.; ROMIS, M. y LANZAFAME, F. (2007). *Las industrias culturales en América Latina y el Caribe: desafíos y oportunidades*. Informe de investigación. Departamento de Capacidad Institucional y Finanzas. Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado el 3 de septiembre de 2022 de <https://publications.iadb.org/es/publicacion/15194/las-industrias-culturales-en-america-latina-y-el-caribe-desafios-y-oportunidades>.
- PEÑA, Y. A. y FORERO, M. E. (2018). La era de la economía naranja. *Perspectivas*, III (9), 10-15. Recuperado el 3 de septiembre de 2022 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8485539>
- REINALDO, O. F. y TAMAYO, E. C. (2019, 6 de noviembre). Trabajo por cuenta propia: Aprueban seis actividades y modifican licencia de operación del transporte. Recuperado el 3 de septiembre de 2022 de <http://www.cubadebate.cu/noticias/2019/11/06/trabajo-por-cuenta-propia-aprueban-seis-actividades-y-modifican-licencia-de-operacion-del-transporte/>
- ROBLES, G. M. (2016). Cultura y subjetividad. Una relectura de la idea de industria cultural. *Perspectivas de la Comunicación*, IX (2), 111-129. Recuperado el 3 de septiembre de 2022 de [https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.7755/pr.7755.pdf](https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.7755/pr.7755.pdf)

- RUCKER, U. y MARRONE, L. (2019). Desarrollo y Cultura. En J. L Mariscal y U. Rucker (eds.), *Conceptos clave de la gestión cultural. Enfoques desde Latinoamérica* (pp. 114-139). Ariadna Ediciones. Recuperado el 3 de septiembre de 2022 de <https://ariadnaediciones.cl/images/pdf/conceptosII.pdf>
- SZPILBARG, D. y SAFERSTEIN, E. A. (2014). De la industria cultural a las industrias creativas: un análisis de la transformación del término y sus usos contemporáneos. *Estudios de Filosofía Práctica e Historia de las ideas*, XVI (2), 99-112. Recuperado el 3 de septiembre de 2022 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5718866>
- UNESCO (1997). *Nuestra diversidad creativa*. Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Fundación Santa María Ediciones. Recuperado el 3 de septiembre de 2022 de [https://oibc.oei.es/uploads/attachments/125/nuestra\\_diversidad.pdf](https://oibc.oei.es/uploads/attachments/125/nuestra_diversidad.pdf)
- UNESCO (2010). *Políticas para la creatividad*. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Recuperado el 3 de septiembre de 2022 de <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/220384s.pdf>
- VIDAL, J. R. (2012). *Medios y públicos: un laberinto de relaciones y mediaciones*. Editorial Caminos. Recuperado el 3 de septiembre de 2022 de <https://cmlk.org/medios-y-publicos-un-laberinto-de-relaciones-y-med>
- ZALLO, R. (2007). La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación=Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, XII (22), 215-234. Recuperado el 3 de septiembre de 2022 de <https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/3682>

### Notas aclaratorias

<sup>1</sup> «Desde ese alto lugar, a donde conduce al crítico su necesidad de escapar a la degradación de la cultura, no parecen pensables las contradicciones cotidianas que hacen la existencia de las masas ni sus modos de articulación del sentido y de articulación en lo simbólico» (Martín Barbero citado por Linares, 2010, p. 67).

<sup>2</sup> Según Cruz y Andino (2018), la economía creativa es:

La economía en que las ideas son los principales aportes y los principales resultados. Diría también que es una economía en la que la gente dedica la mayor parte de su tiempo a generar ideas. Es una economía o sociedad en la que la gente se preocupa y reflexiona sobre su capacidad de generar ideas, en la que no se limita a ir a la oficina de nueve a cinco para hacer un trabajo rutinario y repetitivo, como se lleva

haciendo desde hace años, ya sea en el campo o en las fábricas. Es una economía en la que la gente, allá donde se encuentre, hablando con los amigos, tomando una copa, al despertarse a las cuatro de la mañana, piensa que puede tener una idea que funcione de verdad, y no solo una idea por el mero placer esotérico, antes bien, el motor de su carrera, condición e identidad (p. 4).

<sup>3</sup> Por otra parte, la denominada *economía naranja* consiste en el «conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual» (Cruz y Andino, 2018, p. 5).

<sup>4</sup> Entre esos tipos de propiedad se encuentran:

- Socialista de todo el pueblo: en la que el Estado actúa como propietario, en representación y beneficio de aquel.
- Cooperativa: la sustentada en el trabajo colectivo de sus socios propietarios y en el ejercicio efectivo de los principios del cooperativismo.
- De las organizaciones políticas, de masas y sociales: la que ejercen estos sujetos sobre los bienes destinados al cumplimiento de sus fines.
- Privada: la que se ejerce sobre determinados medios de producción por personas naturales o jurídicas cubanas o extranjeras, con un papel complementario en la economía.
- Mixta: la formada por la combinación de dos o más formas de propiedad.
- De instituciones y formas asociativas: la que ejercen estos sujetos sobre sus bienes para el cumplimiento de fines de carácter no lucrativo.
- Personal: la que se ejerce sobre los bienes que, sin ser medios de producción, contribuyen a la satisfacción de necesidades materiales y espirituales de su titular (Asamblea Nacional del Poder Popular, 2019).

### **Conflictos de intereses**

Los autores declaran que no existen conflictos de intereses.

### **Contribución autoral**

Rubén Padrón Garriga: formuló la idea original derivada de su tesis de maestría. Realizó el diseño y la estructura del artículo. Fue el redactor principal, participó en la redacción de la versión final del trabajo y realizó su revisión final.

Yamilé Ferrán Fernández: fue la tutora del autor principal. Colaboró en el diseño, la redacción y la búsqueda de bibliografía actualizada, así como en la redacción y revisión de la versión final del artículo.

Ailyn Martín Pastrana: tributó fuentes de información, contribuyó en la sistematización de la bibliografía y participó en la redacción y revisión de la versión final del artículo.