



4TO. ENCUENTRO NACIONAL DE GESTIÓN CULTURAL MÉXICO GESTIÓN CULTURAL Y COMUNIDADES



“Las empresas culturales universitarias. Estudio de Caso del espectáculo *Jarocho* de la Universidad Veracruzana”

Verónica Alanís Moreno¹

¹ Verónica Alanís Moreno. Bailarina, coreógrafa, productora artística y gestora cultural. Psicóloga por la U.N.A.M. Fue integrante titular de la Compañía Nacional de Danza Folklórica y del Ballet Folklórico de la FES Zaragoza U.N.A.M. fue bailarina principal, coordinadora de logística y coordinadora general del espectáculo *Jarocho* de la Universidad Veracruzana desde su fundación en 2003. Fue fundadora y coordinadora de la Unidad Productiva Espectáculos UV del Fondo de Empresas de la Universidad Veracruzana, A.C. y fundadora de la Red de Gestores Culturales de Veracruz en 2017. Ha sido docente de gestión cultural y producción artística en diferentes instituciones. Durante sus estudios de Maestría en Artes Escénicas en la Universidad Veracruzana realizó esta investigación de 2017 a 2019 con apoyo de CONACYT.

Resumen

La presente ponencia presenta algunas reflexiones finales de la autora en torno a la investigación sobre gestión cultural y empresas culturales universitarias que se realizó durante la Maestría en Artes Escénicas de la Universidad Veracruzana (UV), el caso específico del espectáculo *Jarocho* como proyecto artístico sostenible. Durante el proceso de la investigación se llevó a cabo una estancia de investigación en la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales, permitiendo tener un contraste y complemento sobre las formas en que se ha construido el modelo de empresa cultural universitaria como parte de las acciones de vinculación de las instituciones públicas de educación superior con el sector productivo. Lo que se presenta a continuación es un cruce reflexivo de la autora sobre ambas experiencias.

Palabras clave: gestión cultural, empresas culturales, sostenibilidad y desarrollo económico, instituciones de educación superior, tercera función sustantiva universitaria.

En el año 1922 se establece en la Universidad Nacional de México que, además de las funciones de investigación y docencia, la extensión cultural universitaria se establecería como la tercera función sustantiva de la universidad con el objetivo de “descubrir, conocer, valorar y preservar las manifestaciones autóctonas e interrelacionarlas con la cultura universal y universitaria” (Molina y Ejea 29)

La relación que así se estableció entre la universidad pública y la comunidad tenía como principio la idea de imprimirle a la universidad una misión de justicia social, partiendo del precepto de que la universidad pública no debía desentenderse

de las problemáticas del pueblo. Tünnerman (1980) sostiene que la extensión universitaria sería el mecanismo que fortalecería esta función.

En las reformas emprendidas por algunas universidades latinoamericanas, al iniciar el siglo xx, destaca el surgimiento de la “misión social” de los universitarios, que consistía en manifestar la obligación ineludible de compartir la cultura y conocimientos con el desposeído o ignorante, promoviendo así la justicia social. La responsabilidad de promover y coordinar las acciones que para este fin implementaran las universidades, fue conferida a la extensión. (Serna 1)

En 1957 durante la “Primera Conferencia Latinoamericana de Extensión Universitaria y Difusión Cultural” se reconoce la extensión universitaria como “el conjunto de acciones que expresan la vocación universitaria de proyectar dinámica y coordinadamente la cultura, y vincular a todo el pueblo con la universidad” (Molina y Ejea 30).

Estos autores distinguen tres grandes campos que componen la tercera función sustantiva universitaria: la difusión cultural, la extensión de los servicios y la vinculación con instituciones privadas, públicas o sociales.

Estos campos se traducen en actividades y tareas específicas que las instituciones de educación superior emprenden para la consecución de sus objetivos en este rubro. Estas actividades o tareas, denominadas “ámbitos” por Molina y Ejea se pueden clasificar en las siguientes: difusión cultural, actividades cívicas, enlace comunitario, actividades deportivas, divulgación de la ciencia, vinculación con el sector productivo y observatorios universitarios.²

² Para una revisión exhaustiva de los diferentes ámbitos que componen la tercera función sustantiva universitaria en México en la última década, se recomienda consultar el trabajo realizado por Molina y Ejea (2019) *Entre la comunidad y el mercado. Los ámbitos y usos de la tercera función sustantiva universitaria en México*, publicado por la Universidad Veracruzana; donde los autores presentan los resultados obtenidos mediante el estudio de 36 instituciones públicas de educación superior en seis regiones de la República Mexicana entre los años 2014 a 2018.

La relación de la universidad con su entorno ha sido central en la política educativa desde el período vasconcelista, generando en un primer momento acciones asistencialistas, de capacitación y de atención a sectores vulnerables.

La obligatoriedad del servicio social en la Universidad Nacional a partir de 1938, pone como eje, la responsabilidad social de los universitarios en relación con las necesidades de su comunidad, poniendo el conocimiento al servicio de la sociedad y articulando las funciones sustantivas universitarias para el logro de esa misión.

A partir de ello se entiende por extensión universitaria “un espacio de encuentro con las comunidades del entorno, en donde de manera conjunta se busca atender problemáticas locales para generar un mejor desarrollo humano” (133).

Molina y Ejea destacan algunas de las principales intenciones de este ámbito: comunicar el sentido de responsabilidad de la universidad pública en cuanto al desarrollo social y bienestar comunitario, gestionar acciones y actividades conjuntas entre comunidad externa e interna que promuevan el desarrollo social, así como el análisis y evaluación de las necesidades de la población.

Los tipos de actividades que entran en este ámbito son el servicio social, eventos para población vulnerable, cursos y talleres para la población externa, prácticas profesionales, servicios de capacitación, voluntariado, la vinculación con instituciones entre otros.

El proyecto de “modernización” en México impulsado hace cuatro décadas y la puesta en Marcha del Tratado de Libre Comercio puso sobre la mesa la relación entre universidad y mercado, particularmente ligando esta relación a los procesos productivos de desarrollo económico.

Con estos ajustes políticos y económicos neoliberales se adiciona a la extensión universitaria, la vinculación con el sector productivo como uno de los

principales ejes de acción de la universidad pública a través de esta función sustantiva:

Como definición del ámbito vinculación con el sector productivo entendemos “la serie de acciones, servicios y regulaciones que hacen posible que las IES establezcan relaciones con el sector productivo de la sociedad. Estas actividades pueden ser de beneficio para las instituciones, los contratantes y/o los estudiantes involucrados” (207)

Entre las principales actividades que se desarrollan en este ámbito se destacan las de fomento al emprendimiento, servicios de educación continua, convenios con empresas e instituciones, préstamo y renta de instalaciones, certificaciones, servicios de consultoría, establecimiento de patronatos y creación de empresas universitarias, entre otras.

Las empresas universitarias.

La revisión de la literatura en torno a la relación universidad-empresa y la creación de empresas universitarias, aterriza la mayoría de las veces en casos relacionados con las IES privadas, como parte del cumplimiento de su misión de formar emprendedores, empresarios y fuerza laboral. Se identifican así múltiples ejemplos de creación de entornos de emprendimiento, incubación de proyectos e impulso a nuevos modelos de negocio como actividades clave que permitan incorporar a sus egresados al mercado.

Para reflexionar la relación de las instituciones públicas de educación superior con el sector productivo, cabe destacar nociones como “la Triple Hélice (TH)” y “La triple Hélice social” propuestos desde 1997 por Etzkowitz y Leydesdorff para entender la importancia de las universidades en el desarrollo económico y social.

El enfoque propuesto por estos autores sobre la Triple Hélice de relación Universidad-Industria-Gobierno (UIG) es una evolución de modelos provenientes de la teoría económica cuya particularidad radica en la incorporación de variables sociológicas que, además de impulsar la innovación destinada al mercado, también resuelve problemáticas sociales y que pone a las instituciones educativas en un rol protagónico para tal fin.

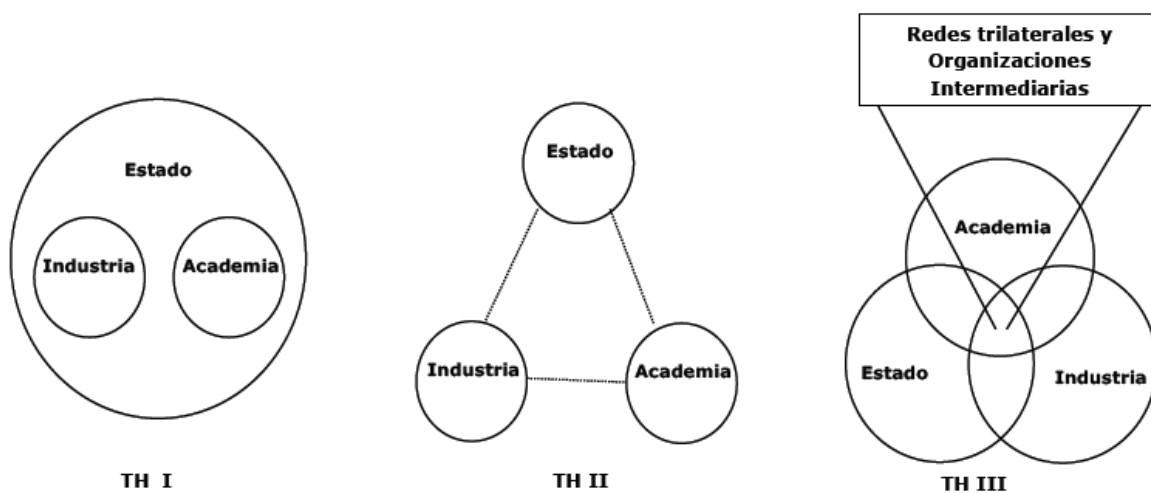


Figura 1. Modelos de la relación Universidad-Empresa-Estado de la Triple Hélice (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000)

En la figura 1, vemos la evolución de la versión original de la Triple Hélice, que en su primera versión coloca al Estado como el encargado de dirigir las relaciones entre la industria y la academia. En la segunda versión TH-II separa cada una de las hélices afirmando la autonomía de cada una de ellas pero limitando su grado de interacción. Finalmente en la versión III de la Triple Hélice se establece una interacción estrecha que desemboca en la creación de estructuras generadoras de nuevo conocimiento y en donde surgen redes trilaterales y organizaciones intermediarias.

Estos entes híbridos son categorizados en tres tipos: las *spin offs*, *spin outs* y *start ups*³

Tomando como base la TH-III, la Triple Hélice Social incorpora un cuarto elemento a la interacción: la relación con la comunidad. El elemento social en esta relación se considera más que un cuarto hélice. La comunidad articula la interacción entre cada una de las hélices y se constituye como una base para la innovación y la transformación social. La figura 4 esquematiza esta interacción destacando el elemento de la Responsabilidad Social en cada una de las hélices de la TH:



Figura 2. Triple hélice social. Adaptación propia a partir de Hernández y Zapata (2015).

Existen diferentes modalidades de empresas surgidas en el entorno universitario, pero en este momento únicamente retomaré el modelo de las *spin offs*

³ Las *start ups* se conforman principalmente con recursos de emprendedores emergentes, que no pertenecen al sector laboral; las *spin outs* son emprendimientos que emergen del contexto laboral, y las *spin offs* son entes empresariales que pueden emerger del sector universitario, empresarial o gubernamental, donde participan grupos de expertos que buscan la innovación y al consolidarse constituyen empresas madre brindando su potencial al desarrollo de nuevos proyectos. (Koster, 2004)

descrita anteriormente, ya que en ellas, la participación de miembros de la comunidad universitaria cobra mayor protagonismo.

Las *spin offs*, son empresas donde los fundadores son parte activa de la comunidad universitaria, donde pueden participar investigadores, docentes, alumnos, gestores, administradores; con el fin de aprovechar el conocimiento adquirido en el quehacer universitario. Las *spin offs* no necesariamente son de base tecnológica, ya que la diversificación de conocimiento producido por las universidades pueden ser fuente de aprovechamiento por estas empresas.

Pineda (2012) afirma que:

... las relaciones entre las universidades y su entorno pueden tener un enfoque social, cultural o empresarial; así como sus necesidades de relacionarse con el entorno debe responder a las capacidades y necesidades internas de interacción entre las universidades y las necesidades últimas de la sociedad, que no necesariamente son económicas, y que pueden ser de diferente índole, con ello se acompaña una innovación y generación de valor para las universidades, las empresas y el Estado. Lo anterior sin forzar la interacción únicamente hacia enfoques empresariales de transferencia de conocimiento y destacando la importancia de la vinculación de las instituciones de educación superior con el sector productivo (en Celaya y Barajas, 2012).

El espectáculo *Jarocho* representa un caso de empresa cultural universitaria que surge como una iniciativa conjunta entre el gobierno de Veracruz y la Universidad Veracruzana, encabezado en ese entonces por el gobernador Miguel Alemán Velasco (1998-2004), y el rector Víctor Arredondo Álvarez (1997-2004). *Jarocho* ha sido un proyecto que ha trascendido como uno de los espectáculos

escénicos más destacados en este país en los últimos años, recibiendo diferentes reconocimientos en México y otros países, no sin mencionar que también ha sido un proyecto polémico y disruptivo en algunos sectores de la población.

Este proyecto escénico de gran formato fusiona diversos géneros musicales y estilos dancísticos como el son jarocho, la salsa, los ritmos afrocaribeños, el jazz, el danzón, el flamenco, entre otros; para presentar una reinterpretación de lo veracruzano a través de un lenguaje escénico-musical contemporáneo .

Para el análisis de este objeto de estudio desde una perspectiva sistémica, se propuso estudiarlo como un fenómeno complejo para el cual se definieron las siguientes categorías y dimensiones transversales que metodológicamente permitieron analizar su proceso de transición hacia un modelo de empresa cultural universitaria.

CAMPOS Conceptos clave	Categorías de análisis	Dimensiones transversales al objeto de estudio		
		Político-económica	Sociocultural	Institucional
Gestión cultural	Procesos de producción, gestión y administración cultural	Legislación y políticas culturales para la creación artística en México Contexto político y económico en que fue creado <i>Jarocho</i>	Discursos escénicos que influyeron en la creación de <i>Jarocho</i> . Manifestaciones artísticas y culturales relacionadas al objeto de estudio Movimiento jaranero	La Universidad Veracruzana como productora cultural y artística. Instituciones y dependencias vinculadas a la producción artística y cultural.
Tercera función sustantiva universitaria	Políticas de difusión cultural	Políticas culturales para la creación, promoción y difusión cultural en la instituciones de educación superior Las universidades públicas y los derechos culturales	Patrimonio cultural y artístico Artistas y creadores universitarios Relación con públicos y la comunidad	Políticas culturales en la UV Estructura interna / departamentos y dependencias relacionadas con la difusión de la cultura
Empresas culturales universitarias	Vinculación con el sector productivo	Política cultural vinculada al desarrollo económico Políticas económicas de la Universidad Veracruzana en relación con las manifestaciones culturales.	Emprendimientos culturales Situación laboral y económica de la comunidad artística Cultura y desarrollo sostenible	Fondo de Empresas de la Universidad Veracruzana Unidad Productora de Espectáculos UV Otras dependencias de la UV vinculadas al sector productivo

Figura 3. Dimensiones transversales al objeto de estudio espectáculo *Jarocho*. Adaptación propia a partir de la metodología propuesta por el Mariscal y Chan (2019).

En una primera etapa se analizaron desde la perspectiva de la tercera función sustantiva, los diferentes modelos de gestión cultural que desarrolla la Universidad Veracruzana, encontrando principalmente relación con el Departamento de Difusión Cultural y las Empresas UV como asociación universitaria relacionada al ámbito de vinculación con el mercado.

Posteriormente se segmentó el análisis de los procesos de gestión cultural de *Jarocho* desde su concepción hasta su conformación como empresa cultural universitaria.

Se encontraron principalmente cuatro etapas: la concepción y creación del espectáculo *Jarocho*, la reestructuración interna del proyecto, la transición a un modelo autosostenible financiera y artísticamente, y la conformación de *Jarocho* como empresa cultural universitaria.

La perspectiva de las empresas tipo *spin off*, y la delimitación metodológica presentada anteriormente siempre contempló las relaciones intrínsecas entre universidad, sector privado, Estado y sociedad, que constituyeron los elementos base de la Triple Hélice Social, para entender los procesos de gestión cultural de *Jarocho* y como estos fueron determinantes en los cambios y transiciones del proyecto hasta conformarse como empresa cultural universitaria.

Así, el espectáculo *Jarocho*, pasó de ser un proyecto escénico a una casa productora, que había acumulado en los 15 años de trayectoria un conocimiento específico viable de ser aplicado a otros proyectos nacidos desde el interior de la Universidad Veracruzana, en beneficio de la institución, pero también en beneficio de la sociedad, buscando estrechar las diferentes vocaciones de cada hélice para

generar iniciativas, políticas, acciones y metodologías que permitieran tejer estrategias de desarrollo social y económico a partir de la vocación artística de su comunidad interna y externa.

Como reflexión final me permito hacer énfasis en la vocación que la universidad pública tiene para tejer estrategias de desarrollo social y económico a partir de su tercera función sustantiva. La universidad pública puede y debe generar mecanismos de relación estrecha con los sectores público y privado, así como promover el conocimiento profundo de la realidad social, con la finalidad de articular estrategias que desemboquen en propuestas integrales de desarrollo que trasciendan los períodos rectorales y gubernamentales.

Por otro lado, la realización de esta investigación pone nuevamente de manifiesto la necesaria reflexión y sistematización de las experiencias de gestión cultural y el diálogo constante entre los gestores culturales para trascender dichas experiencias en pro del bienestar colectivo.

FUENTES CONSULTADAS

Campos, G. y Sánchez Daza, G. *La vinculación universitaria: Ese oscuro objeto del deseo*. Revista Electrónica de Investigación Educativa, 7 (2005).

Conferencia mundial sobre políticas culturales. Declaración de México sobre las políticas culturales. México D.F., 1982. [En línea]. Consultado el 5 de enero de 2017. http://www.culturalrights.net/descargas/drets_culturals400.pdf

Etzkowitz, H. "The Triple Helix of University-Industry-Government. Implications for Policy and Evaluation", Working Paper 2002-11, ISSN 1650-3821

Estado Libre Asociado de Puerto Rico, *Ley para fomentar las industrias creativas* 173-2014, octubre 13 de 2014, Microjuris.com

- García Canclini, Néstor. *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. México, D.F.: Editorial Grijalbo, 1995. Impreso.
- . *Culturas híbridas*. México D.F.: Grijalbo, 2001. Impreso.
- Garnham, N. *De las industrias culturales a las creativas. Análisis de las implicaciones en el Reino Unido*. En: Bustamante, E. (Ed) (2011), *Industrias creativas, Amenazas sobre la cultura digital*, Barcelona: GEdisa 2011
- Gestión Cultural UY. *Emprendedores y emprendimientos culturales por dentro*. Parte I En: <http://www.gestioncultural.org.uy/2368-2/>. Consultado: junio 20 de 2018
- Molina, A. y Ejea, T. *Entre la comunidad y el mercado: los ámbitos y usos de la tercera función sustantiva universitaria en México* / (coordinadoras)Universidad Veracruzana, 2019.
- Molina Roldán, Ahtziri. *La construcción del sentido social en la gestión cultural en América Latina*. [en línea] Consultado el 7 de septiembre de 2017: <https://www.gestiondesarts.com/en/la-construccion-del-sentido-social-en-la-gestion-cultural-en-america-latina-pdf#.Why6oUriYdU>.
- Nivón Bolán, Eduardo y Sánchez Bonilla Delia. *La gestión cultural y las políticas culturales*. Universidad de Chile, 2012.
- Organización Ana Carla Fonseca Reis. *Economía creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*, Sao Paulo: Itau Cultural, 2008.
- Parga, Pablo. *Cuerpo vestido de nación: Danza folklórica y nacionalismo mexicano (1921-1939)*. México, D.F.: CONACULTA-FONCA, 2004. Impreso
- Rojas Ruiz, Minerva. *Difusión cultural. El proceso hacia su centralidad en las políticas culturales contemporáneas del Estado Mexicano*. Tesis de doctorado. Universidad Nacional Autónoma de México, 2017.
- Rowan, J. *Emprendizajes Culturales. Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*. Madrid: Traficantes de sueños, 2010.

- Serna, G. *Modelos de extensión universitaria en México*. Revista de la Educación superior, 33(131). 2007.
- Serna, G. *Misión social y modelos de extensión universitaria: del entusiasmo al desdén*. Revista Iberoamericana de Educación, 2007.
- Tremblay, G. "Desde la teoría de las industrias culturales. Evaluación crítica de la economía de la creatividad". En: *Las industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital*. Bustamante, Enrique (Ed). Barcelona: Gedisa, 2011
- Tünnermann Bernheim, Carlos. *La universidad latinoamericana ante los retos del siglo XXI*. México D.F.: Unión de Universidades de América Latina, 2003.
- UNESCO. *Políticas para la creatividad, Guía para el desarrollo de industrias culturales y creativas*, Argentina: Unesco, 2010
- Velásquez, Sandra. *De los Andes al Caribe. La Diversidad de la Industria de la música en Colombia, Muchas producciones independientes, poca música en el mercado*. Manizales: Universidad Nacional de Colombia, 2015.
- Vizcaíno Guerra, Fernando. *El nacionalismo mexicano en los tiempos de la globalización y el multiculturalismo*. UNAM, Inst. de Investigaciones Sociales, 2004.