

La creatividad y el emprendimiento como fundamento de la economía naranja en el análisis curricular del programa de Arquitectura de la Universidad La Gran Colombia

Creativity and entrepreneurship as the foundation of the orange economy in the curricular analysis of the Architecture program of the Universidad La Gran Colombia



Palabras clave: arquitectura, creatividad, desarrollo sostenible, economía naranja, educación, emprendimiento, innovación.

Artículo de reflexión

Fecha de recepción:
06/10/2020

Fecha de aprobación:
21/05/2021

Esta publicación se encuentra bajo licencia:

Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional



Germán Andrés Alarcón-Leudo¹; José Jiménez-Londoño²

Resumen

Problemática: teniendo en cuenta lo incontrovertible que resulta colocar la educación y la economía naranja como sectores complementarios, con la ley 30 o Ley de Educación Superior, ciertos componentes como la investigación y la extensión permiten aumentar la competitividad en función de la producción científica e investigativa al interior de las instituciones de educación superior. **Objetivos:** esta investigación busca analizar la aproximación existente entre creatividad y emprendimiento como ejes estructurantes y conceptuales de la economía naranja frente al actual currículo formativo que ofrece el programa de Arquitectura de la Universidad La Gran Colombia. **Materiales y métodos:** el análisis constituye un estudio de caso, de alcance cualitativo y de tipo descriptivo, mediante un rastreo bibliográfico a través de diferentes bases de datos

- 1 Contador Público. Magíster en Diseño, Gestión y Dirección de Proyectos. Docente investigador, Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO, Colombia., gerleus_1@hotmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8339-011X>
- 2 Contador público y administrador de empresas. Especialista en Pedagogía y Docencia Universitaria. Magíster en Educación. Docente, Institución Universitaria de Colombia. jimenezlondonoj@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8653-7420>



y repositorios en diferentes medios documentales. **Resultados:** siendo la educación una “actividad naranja”, debería contar con mayor presupuesto, no como un gasto social, sino como inversión social, para el crecimiento económico. **Discusión:** es por ello por lo que surge la necesidad de ajustar el presupuesto nacional y las políticas públicas para el fortalecimiento de este sector en función de su crecimiento, mediante sus múltiples dimensiones y a través del ofrecimiento de productos y servicios culturales por la economía naranja. **Conclusiones:** en el desarrollo de la economía, deben establecerse objetivos claros y precisos, alineados con los objetivos del desarrollo sostenible y las industrias creativas, en función del fortalecimiento de la economía naranja, teniendo en cuenta la articulación existente entre las políticas públicas, la oferta de educativa y el mercado laboral. **Contribución original:** la inclusión de la creatividad y el emprendimiento como ejes estructurantes y conceptuales al actual currículo formativo del programa de Arquitectura de la Universidad La Gran Colombia es necesaria dentro del plan de desarrollo institucional y permite integrar lo público, lo privado y el sector académico.

Palabras clave: arquitectura, creatividad, desarrollo sostenible, economía naranja, educación, emprendimiento, innovación.

Códigos JEL: R11 Actividad económica regional: crecimiento, desarrollo y cambios

*Cómo citar este artículo /
Toreference this article:*

Alarcón-Leudo, G. A., & Jiménez-Londoño, J. (2021). La creatividad y el emprendimiento como fundamento de la economía naranja en el análisis curricular del programa de Arquitectura de la Universidad La Gran Colombia. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios)*, 8(1), e-269. <https://doi.org/10.22579/23463910.269>

Abstract

Problematic: Taking into account how incontrovertible it is to place education and the orange economy as complementary sectors, with Law 30 or Higher Education Law, some components as research and extension allow to increase competitiveness in aid of scientific and research production in higher education institutions. **Goals:** This research analyzes the approach that exists between creativity and entrepreneurship as the basis and concept of the orange economy compared to the current training curriculum offered by the Architecture program at Universidad La Gran Colombia. **Materials and methods:** The analysis constitutes a case study, qualitative and descriptive in scope, through a bibliographic search of different databases and repositories in different documentary media. **Results:** Since education is an “orange activity”, it should have a larger budget, not as a social expense, but as a social investment, for economic growth. **Discussion:** This is why the need arises to adjust the national budget and public policies to strengthen this sector and achieve its growth, through its multiple dimensions and through the offer of cultural products and services by the orange economy. **Conclusions:** In the development of the economy, clear and precise objectives must be established, aligned with the objectives of sustainable development and creative industries, based on the strengthening of the orange economy, taking into account the existing articulation between public policies, supply education and the labor market. **Original contribution:** the inclusion of creativity and entrepreneurship as structuring and conceptual axes are necessary within the institutional development plan and allow the integration of the public, private and academic sectors into the current training curriculum of the Architecture program at Universidad La Gran Colombia.

Keywords: Architecture; Creativity; Education; Entrepreneurship; Innovation; Orange economy; Sustainable development.

JEL codes: R11 Regional economic activity: growth, development and changes

*Cómo citar este artículo /
Toreference this article:*

Alarcón-Leudo, G. A., & Jiménez-Londoño, J. (2021). La creatividad y el emprendimiento como fundamento de la economía naranja en el análisis curricular del programa de Arquitectura de la Universidad La Gran Colombia. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios)*, 8(1), e-269. <https://doi.org/10.22579/23463910.269>

Introducción

Con el desarrollo de la presente investigación, se pone de manifiesto la ley 1834 de 2017 o Ley Naranja, que abre paso a la legislación colombiana para fomentar, promover e incentivar el capital creativo de los colombianos, régimen que define la economía creativa o economía naranja. Así mismo, se establecen las actividades que la conforman: acciones relacionadas con el arte, el patrimonio cultural, las industrias culturales y diversas creaciones funcionales, nuevos medios y *software* de contenidos (Ministerio de Cultura, 2018).

Cabe resaltar que con la economía naranja se busca dar participación a las actividades creativas y culturales, como parte de un sector de la economía que realiza aportes al PIB nacional y fomenta el emprendimiento y la empleabilidad a través de proyectos para los cuales se han trazado diferentes líneas y formas de financiación, pero que a la vez sean sostenibles, en aras de conseguir y alcanzar los objetivos de las Naciones Unidas u Objetivos del Desarrollo Sostenible.

Teniendo en cuenta lo antes mencionado, el objetivo general de la presente investigación consiste en analizar la aproximación existente entre creatividad y emprendimiento como ejes estructurantes y conceptuales de la economía naranja, o economía creativa, frente al actual currículo formativo que ofrece el programa de Arquitectura de la Universidad La Gran Colombia (UGC), en función de establecer un reordenamiento curricular al interior del área en mención.

Por consiguiente, el estudio es importante, ya que se busca incluir la arquitectura como una disciplina que desarrolla actividades creativas para generar ingresos financieros y que toma como referencia ciertas acciones pertenecientes a la economía naranja (Argos, 2017), puesto que esta área está relacionada de manera directa con el desarrollo del ingenio haciendo uso de la creatividad en su desempeño, para emprender nuevos proyectos creativos (Pérez Paredes *et al.*, 2019) dentro de la propuesta curricular de los programas ofertados por la UGC.

Es claro que la arquitectura contribuye a fortalecer las actividades creativas, ya que se fundamenta en el desarrollo de infraestructuras vistas en la creación de estadios, museos, parques, teatros y todo tipo de espacios que impactan al medio ambiente, al patrimonio y a la cultura (Argos, 2017). En esta medida, es pertinente establecer que los currículos de Arquitectura del país se ajusten a las nuevas necesidades inmersas en actividades relacionadas con la economía naranja, en función de que los futuros profesionales encuentren acciones prácticas, ocupaciones y empleo dentro de este sector de la economía en Colombia.

De allí que en la presente investigación se plantee una problemática en relación con la posición de la UGC, sede Bogotá, al considerar que la oferta del programa de pregrado en Arquitectura contenga, de manera formal, contenidos propios de la economía naranja en las prácticas pedagógicas de los docentes y que puedan

estar implícitos temas relacionados con este tipo de economías en sus actividades prácticas, ya que, a través de la indagación, se podría establecer la relación existente entre los contenidos y las prácticas pedagógicas de este programa y su aplicabilidad dentro de este tipo de economía.

Para el tratamiento de la problemática antes mencionada, se estructuró la tesis constituyendo un estudio de caso con alcance cualitativo de tipo descriptivo, no experimental, y desarrollando un rastreo bibliográfico mediante diferentes fuentes a través de bases de datos y repositorios institucionales.

Para el desarrollo de los objetivos específicos de la investigación, surge la necesidad de establecer ciertos ejes y actividades definidas por desarrollar, que permitan clasificar los sectores beneficiados directamente. De allí que Argos (2017) considere que la arquitectura sea uno de ellos, con el que pueden obtenerse excelentes resultados al estar incluido dentro de las actividades que forman parte de la economía naranja, ya que áreas como la arquitectura están llamadas a ingresar a la dinámica de la economía creativa con propuesta de adquisición de beneficios. Con esto se busca promover infraestructuras que abran la puerta a la creatividad sustentable en función del intercambio de conocimiento (Argos, 2017).

En resumen, en el desarrollo de la economía relacionado con el programa de Arquitectura, deben establecerse objetivos claros y precisos que

estén alineados con los objetivos del desarrollo sostenible y las industrias creativas, en función del fortalecimiento de la economía naranja, donde exista una articulación entre las políticas públicas, la oferta educativa y el mercado laboral.

Contexto teórico

La economía naranja, promovida por el actual presidente Iván Duque Márquez, busca impulsar y fomentar la industria cultural y creativa en diversos ejes (CNEN, 2020).

Por su parte, la arquitectura está contemplada como un arte y vinculada directamente al patrimonio cultural y material, por lo cual hace parte de los campos impulsados por esta economía (CNEN, 2020).

Concepto de economía naranja

La economía naranja tiene su referente teórico en el trabajo realizado por Felipe Buitrago e Iván Duque Márquez en *La economía naranja, una oportunidad infinita*, publicado por el Banco Interamericano de Desarrollo (Buitrago & Duque, 2013). Es un análisis detallado basado principalmente en estadísticas, que da cuenta de la importancia y las oportunidades que representan lo que sus autores pasan a denominar *economías creativas*. Mediante un cálculo realizado por estos autores, este tipo de economía se constituiría como un renglón amplio dentro de la economía mundial.

En palabras de Buitrago y Duque (2013):

Al terminar este manual, usted contará con una base informativa que le permitirá comprender y explicar qué es la economía naranja y por qué es tan importante. También habrá adquirido herramientas de análisis para aprovechar mejor las oportunidades que se esconden en las avenidas del conocimiento que constituyen las artes, los medios y las creaciones funcionales. (p. 8)

Ahora bien, la economía naranja, como la describen Buitrago y Duque (2013), no es otra cosa que las industrias culturales y creativas como parte del crecimiento económico; es decir, todo lo que tiene que ver con arte, cultura y patrimonio puede constituirse como una empresa generadora de bienes y servicios. Así, la empresa estaría dotada de todas las características comerciales para aportar en este sentido.

Por tanto, para los autores mencionados anteriormente, la economía creativa descrita por Howkins viene a comprender diversos factores en los que los valores de bienes y servicios se fundamentan en la propiedad intelectual, tales como la arquitectura, las artes visuales y escénicas, las artesanías, el cine, el diseño, la editorial, la investigación y desarrollo (I+D), los videojuegos, la moda, la música, la publicidad, los *softwares*, la televisión y la radio (Buitrago & Duque, 2013, p. 15).

De igual manera, estos autores expresan que las actividades creativas han venido en crecimiento cada año con el auge de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC),

que facilitan el acceso a los contenidos, teniendo en cuenta que este sector no es nuevo, ya que hacen parte de él la industria de la música, las artes escénicas, el cine y el desarrollo de *software*, los cuales han venido haciendo importantes aportes al crecimiento de la economía mundial, además que se constituyen en negocios que no son volátiles y dejan un gran margen de ganancias (Buitrago & Duque, 2013).

Por su parte, en Colombia, la implementación de la economía naranja está enfocada en tres ejes de actividades: el arte, el patrimonio cultural, las industrias culturales, las diversas creaciones funcionales, los nuevos medios y los *softwares* de contenidos (Ministerio de Cultura, 2018). Estos grandes ejes a la vez contienen actividades específicas relacionadas. En consecuencia, la economía naranja hace parte de un campo que se viene explorando sobre todo en América Latina y en Colombia, donde se aplica mediante el acto legislativo 1834 de 2017, en el que el Congreso de la República de Colombia aprueba la inserción de este campo como un sector dentro de la economía del país.

Ley 1834 de 2017 o Ley Naranja

La promulgación de esta ley busca fomentar, impulsar, promover, desarrollar y patrocinar la industria creativa. Por tanto, el Congreso de la República de Colombia (2017) expresa en su artículo 1.º: "Objeto. La presente ley tiene como objeto desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias

creativas. Estas serán entendidas como aquellas industrias que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual”.

Con esta ley se busca fomentar la creatividad, la innovación, la producción artística y el desarrollo de la industria cultural en sectores como las comunicaciones, el turismo, las nuevas tecnologías, las artes, entre otros, como firmas de ingresos permanentes y sostenibles que además contribuyan al crecimiento económico. Se busca conferir legalidad y amparo a la industria creativa y las actividades culturales mediante incentivos de fomento e impulso, formación, inversión y políticas de internacionalización y exportación normalizadas (Hernández *et al.*, 2018, p. 11).

Como todos los demás sectores de la economía del país se encuentran regulados, esta ley es la que regula la economía naranja. Así, cada artículo define el tipo de bienes y servicios que se prestan, las actividades, la producción de bienes y servicios exportables y las instituciones encargadas de fomentar y promover la financiación de los recursos para el perfeccionamiento de las distintas actividades.

En concordancia con Rodríguez Sánchez y López López (2020):

[...] el país cuenta con la Ley Naranja o Ley 1834 (2017), puesto que se pretende fortalecer diversas empresas que desarrollan la industria creativa. Y que además de una política nacional, regional y local, se

promueva la creación de nuevas empresas, mediante una política de apoyo, en la que se involucre a los sectores público y privado, incluyendo las entidades del gobierno. (p. 65)

Así mismo, con esta ley se crea el *Concejo Naranja*, del cual hacen parte algunos directores tales como el Departamento Nacional de Planeación (DANE), el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), la Dirección Nacional de Derecho de Autor (DNDA) y la presidencia de la Financiera de Desarrollo Territorial (Findeter), todo con el propósito de darle participación a diferentes sectores.

Arquitectura y economía naranja

La relación entre la arquitectura y la economía naranja ya ha sido mencionada de manera teórica por Buitrago y Duque (2013). No obstante, cabe describir la relación práctica entre estas. Debido a que este trabajo es un estudio que se realiza sobre la presencia de elementos de la economía naranja en los currículos o en las prácticas de enseñanza del programa de Arquitectura de la UGC, es importante resaltar los trabajos que se han hecho en materia de arquitectura y economía naranja.

La arquitectura está presente en la propiedad intelectual, en la conservación del patrimonio y en el arte. Por ello, hay quienes se han tomado el tiempo para reflexionar acerca de cómo se pueden establecer actividades específicas para la arquitectura dentro de la economía naranja. Dado

lo anterior, el arquitecto Daniel Bohórquez Alzate desarrolla el artículo *Arquitectura naranja, legislación, riesgos y alcances para un arquitecto que implemente la economía naranja en Colombia*, publicado por la Universidad Pontificia Bolivariana en 2019.

Bohórquez Alzate (2019) afirma:

Como podemos, ver el papel del arquitecto es muy importante y fundamental dentro del marco de la economía naranja, ya que está presente en por lo menos 2 de los 3 sectores de dicha economía. Es decir, en la categoría de arte y patrimonio el arquitecto puede desarrollar trabajos como restauraciones arquitectónicas e incluso obras de arte que representen la cultura en la que vivimos. En el tema de las creaciones funcionales encontramos todo aquel desarrollo intelectual por parte del arquitecto, tales como: libros, documentales, productos decorativos, patentes de diseño y construcción, entre otras. (p. 6)

De allí que la arquitectura orientada hacia la economía naranja pueda encontrar actividades prácticas para desarrollar proyectos de emprendimiento, sostenibles, que aporten no solo al patrimonio, al arte y a la cultura, sino que sean capaces de proveer empleo, servicios y bienes dentro de la economía nacional.

En el XIV Seminario de Urbanismo Internacional, celebrado en México en 2018, esta edición se denominó *Ciudad creativa, acciones sustentables de la economía naranja en la nueva*

agenda urbana. Una de las temáticas principales fue el papel del urbanismo dentro de la economía naranja, en la ponencia que llevaba por nombre *Estructura naranja para una ciudad creativa*, realizada por Maruja Redondo Gómez (2018).

Para Redondo Gómez, los espacios donde ocurren las actividades naranjas deben transformarse acorde con las necesidades, por lo cual hay que repensar los espacios, rediseñarlos y estructurarlos. En palabras de Redondo (2018):

Esta perspectiva ha contribuido al surgimiento de un nuevo debate con respecto a la construcción de un sector productivo, para transferir nuevos conocimientos en función del desarrollo económico, cultural y social tanto a nivel nacional, regional como internacional. Pero también a pensar en el ajuste de las estructuras urbanas que permitan la creatividad y la innovación. (p. 4)

Por tanto, la economía naranja lleva implícita la labor de arquitectos que puedan diseñar y rediseñar los espacios y adecuarlos para el desarrollo de actividades. También se tocó el tema de la conservación del patrimonio arquitectónico, uno de los ejes de la economía naranja relacionado de manera estrecha con la arquitectura.

La economía naranja en la educación

Un factor importante para la aplicabilidad de la economía naranja es la

educación. Además de ser una de las actividades contempladas dentro de esta economía, la educación es fundamental en tanto que garantiza las cualidades y capacidades para que los profesionales tengan las competencias necesarias para desarrollar emprendimientos naranjas.

Rodríguez Sánchez y López López (2020) afirman que:

El emprendimiento se ha convertido en una estrategia para impactar la sociedad positivamente, por lo que surge la necesidad de articularlo con las instituciones de educación superior, ya que estas organizaciones poseen la capacidad para desarrollar el espíritu emprendedor, a manera de desarrollo social, principalmente en la clase media, considerada como la cuna del emprendimiento. (pp. 66-67)

Muchos planteamientos y expectativas se generan alrededor del desarrollo e impulso que actuaciones políticas o marcos legales de carácter local dan a este tipo de iniciativas para fortalecer no solo la riqueza cultural y patrimonial propia, sino también las altas probabilidades que ya dejan ver muchos países ante los diferentes ingresos de capital a sus respectivas economías a través del emprendimiento cultural y creativo.

Por otro lado, en el estudio de Benavente y Grazzi (2017), se evidencia un abordaje más detallado de lo que esta forma de economía representa en la actualidad y el filón que al continente generaría si fuera posi-

ble organizarla de manera sistémica, con respaldos conjuntos de sectores privados y públicos, sin obviar o dejar de mencionar los retos que debe afrontar y las falencias que han de corregirse. Se presenta ya de manera contundente que este tipo de estrategias económicas requiere de sectores como el de la educación, que pasan a ser considerados como fundamentales en el proceso de lo que denominan *ecosistema creativo* (Benavente & Grazzi, 2017).

Bakalli, citado por Benavente y Grazzi (2017), afirma que:

La concepción de ambiente creativo no solo se refiere a la relevancia relacionada con los sectores públicos y privados. Además, incluye las comunidades locales, los usuarios finales, incluyendo el papel que cumplen las instituciones educativas. Igualmente, admite la comprensión de la diversidad, la interdependencia y la ayuda entre diversos actores, entendiéndose que todo esto se puede aplicar en función de la conformación de estrategias para el desarrollo de las industrias creativas. (p. 21)

En su propuesta, estos autores marcan derroteros que consideran apropiados para generar una buena estrategia de economía creativa en esa "cadena de producción" (Benavente & Grazzi, 2017), sin que explícitamente se mencionen instituciones de educación superior, técnicas o tecnológicas, si se enfatiza en el rol que la formación en talento humano desempeña dentro de este proceso.

Según Benavente y Grazi (2017):

De acuerdo con el papel que cumplen los actores, se pueden clasificar en: 1. De oferta, quienes producen bienes y servicios creativos; 2. De demanda, los consumidores finales o usuarios de materia prima creativa; 3. Instituciones que forman el talento humano y conocimiento; 4. Instituciones de gobierno, regulación y promoción de relaciones, entre actores. (p. 22)

Materiales y métodos

Esta investigación constituye un estudio de caso. De acuerdo con Hartley (1994), es un “[...] tipo de investigación caracterizada por la indagación empírica de cierto tipo de problemas”, de alcance cualitativo. Como producto final, se realizó un texto de carácter reflexivo que contiene el análisis acerca del programa de Arquitectura de la Universidad La Gran Colombia y la relación existente entre el currículo de este programa y la economía naranja. Para conseguir tal fin, en este estudio se analizaron diversas posturas y posiciones que vinculan a la educación con esta nueva forma de economía.

En particular, se destaca el análisis y la revisión de documentos tales como el currículo del programa en mención, así como las políticas públicas en materia de economía naranja y arquitectura, las políticas públicas en materia de educación y economía naranja y los trabajos de ensayos, artículos periodísticos, conferencias, videos y toda clase de documentos que involucren opiniones, percepciones y

reflexiones que constituyan fuentes relevantes de este tema.

De la misma manera, se revisaron diferentes medios documentales como textos, revistas especializadas, normas técnicas y jurídicas, documentos, informes técnicos e investigativos de instituciones públicas y privadas, por citar solo algunos, tanto en formato físico tradicional como de la web, para aclarar inicialmente aspectos conceptuales referentes a la educación superior en Colombia y de la economía creativa, que definen y orientan el interés primordial de este artículo. Finalmente, se obtuvieron los siguientes resultados.

Resultados

Habiendo seleccionado el programa de pregrado de Arquitectura de la UGC en Bogotá y tras el análisis realizado teniendo en cuenta los conceptos de creatividad y emprendimiento como componentes de dirección y fortalecimiento de la economía naranja, resulta pertinente declarar que no existe una posible inclusión de las unidades antes mencionadas en el actual currículo formativo del programa (figura 1).

De acuerdo con la figura 1, se determinan los contenidos programáticos asociados a la estructura curricular según el plan de estudio del programa. No se percibe la presencia de los constructos *creatividad* y *emprendimiento*.

Sin embargo, se evidencia en el análisis que el programa establece ciertos elementos importantes que deben resaltarse.

Figura 1. Plan de estudios del programa de Arquitectura, UGC, sede Bogotá (2020).

SEGUNDO SEMESTRE	CRÉDITOS	QUINTO SEMESTRE	CRÉDITOS	NOVENO SEMESTRE	CRÉDITOS
Elementos de Composición	4	Proyecto Integral Zonal	3	Proyecto Temático Grado	6
Matemática y Geometría	2	Estructuras Complejas	2	Planificación Territorial	2
Teoría I Introducción a la Arquitectura	2	SENA I Procesos	2	Seminario de Grado	2
Geometría Descriptiva I	1	Normativa y Análisis Urbano	2	Consultorio IV	1
Mano Alzada y Dibujo Técnico	2	Historia III Colombia	2	Ética Profesional	1
Competencias Comunicativas I	3	Representación CAD Arquitectónico	1		
Grancolombianidad	1	Epistemología I	2		
Constitución Política y Democracia	1	Ética General	1		
SEGUNDO SEMESTRE	CRÉDITOS	SEXTO SEMESTRE	CRÉDITOS	DÉCIMO SEMESTRE	CRÉDITOS
Vivienda Básica	4	Proyecto Integral Metropolitano	3	Proyecto de Grado - Énfasis	10
Normas Constructivas	2	Costos y Presupuestos	2		
Teoría II Introducción a la Arquitectura	2	Programación y Licitaciones	2		
Geometría Descriptiva II	1	Fundamentos del Urbanismo	2		
Planimetría y Técnicas Mixtas	2	Epistemología II	2		
Lógica Matemática	2	Consultorio I	1		
Humanismo Cristiano	1	Familia y Bioética	1		
TERCER SEMESTRE	CRÉDITOS	SÉPTIMO SEMESTRE	CRÉDITOS	ELECTIVAS	CRÉDITOS
Agrupación de Vivienda	3	Proyecto Integral Patrimonio Urbano	3	Electiva Libre e Integral (Entre II a IX Semestre)	8
Procesos e instalaciones	2	Instalaciones Especiales	2	Disciplinarias (Entre V a IX Semestre)	8
Historia I Clásica Edad Media	2	SENA II Instalaciones	2	No disciplinaria (Entre V a IX Semestre)	8
Representación Dibujo Arquitectónico	1	Desarrollo de la Ciudad	3		
Perspectiva y Ambientación	2	Historia IV Patrimonio Urbano y Arquitectónico	2		
Competencias Comunicativas II	3	Investigación I	2		
Antropología	1	Consultorio II	1		
		Cultura Solidaria	1		
CUARTO SEMESTRE	CRÉDITOS	OCTAVO SEMESTRE	CRÉDITOS		
Proyecto Integral Local	3	Multifamiliar VIS	3		
Estructuras Básicas	2	Innovación Tecnológica	2		
Historia II Edad Moderna y Contemporánea	2	Diseño Urbano Ambiental	2		
Representación CAD 3D	1	Investigación II y Estadística Aplicada	2		
Lógica Filosófica	2	Consultorio III	1		
Axiología	1	Contexto Nacional y Global	1		

Fuente: disponible en: <https://bit.ly/3xwxTwL>

La creatividad es un pilar de la formación

En el campo de la arquitectura, se propende potenciar el desarrollo de la creatividad en los estudiantes del programa como pilar de formación. Sin embargo, no se establece un eje de transformación para llevarlos a emprender el desarrollo de ideas que permitan desarrollar la creatividad, dotado de altos niveles de innovación e ingenio en función de la generación de ingresos.

Transformación social

Así mismo, existen espacios que permiten desarrollar ideas para la trans-

formación social, pero que no están incluidos en la misión de la UGC. Se requieren instrumentos y estrategias que impacten positivamente la formación integral de los estudiantes. Se busca que los discursos estén orientados al desarrollo de la creatividad, puesto que se le otorga sentido al proceso de formación.

Transformación epistemológica

Es de vital importancia que los directivos y docentes reconozcan que cualquier conocimiento obtenido como base de un proceso científico, creativo y moderno desarrollado en el programa involucre a los estudiantes.

La objetividad debe ser un principio de aplicabilidad para la solución de conflictos y problemas actuales. Esto implica superar las barreras de la creatividad y el ingenio, tras la visión de la aplicación del método científico, que rompa con lo tradicional. Es decir, replantear los conceptos científicos en diferentes contextos, en función de hacer sencillo lo complejo.

Autotransformación

Como requerimiento, surge la necesidad en el estudiante de intervenir conscientemente en el control de su realidad de acuerdo con sus potencialidades creativas. Esto implica un cambio en la forma de ver la realidad para sugerir cambios y puntos de vistas.

Transformación de la colectividad

Es necesario dejar de un lado el individualismo y la formación para la supervivencia. Implica el trabajo en equipo, la cooperación, el reconocimiento del trabajo de los demás, la vivencia en colectivo y la aceptación de diferentes puntos de vista.

Sostenibilidad creativa

En primer lugar, este concepto hace referencia a un modelo educativo que permite actuar con libertad al estudiante y respetar las expresiones creativas al pretender sostener y mantener ideas que faciliten el desarrollo de la creatividad. Implica tomar decisiones que impulsen el crecimiento de ideas en función del desarrollo económico.

Educación a la creatividad

Este tópico implica educar para el cambio. Formar personas llenas de originalidad, flexibilidad y visión. Establecer principios en los individuos que se enfrenten a los retos y a los riesgos, con criterios bien definidos para afrontar los obstáculos, ofreciendo herramientas que permitan innovar y rediseñar lo construido. Es necesario establecer un proceso de enseñanza-aprendizaje que favorezca las potencialidades de los estudiantes, en función de lograr la optimización de los recursos que se poseen, para el logro de los objetivos propuestos.

Ambientalización curricular

En el ámbito de formación, es de vital importancia la interdisciplinariedad como posible acercamiento al diálogo y la reflexión de parte de los diferentes actores de la universidad y el programa (directivos, docentes y estudiantes). Se busca recolectar diferentes reflexiones que ambienten la educación, a través del currículo. Se permite la inclusión de la creatividad y el emprendimiento en el currículo.

Interdisciplinariedad como constructo

Los diferentes actores participantes en el currículo y otras opiniones permitirán una aproximación más amplia de la discusión con respecto a la creatividad y el emprendimiento. En todo caso, la construcción no estará solamente en las manos de los expertos, puesto que los temas son

base de un reconocimiento histórico y democrático con respecto al modelo educativo de la UGC, al programa y a los elementos que se plantean en este estudio.

Formación en creatividad en la UGC

La formación integral de un profesional también debe incluir la creatividad y el emprendimiento para poder transformar la sociedad y el entorno. La institución necesita formar estudiantes que sean creativos y emprendedores y sepan qué es la creatividad y desarrollarla como una competencia de todo profesional integral, puesto que es necesario crear, reinventar y rediseñar lo que ya está creado. El programa de Arquitectura de la UGC es una propuesta que establece los conceptos del rediseño, mediante el desarrollo de la creatividad y el emprendimiento, teniendo en cuenta que la economía naranja toma este concepto como una habilidad necesaria en todas las disciplinas del diseño, tal como la Arquitectura. Es de tener en cuenta que, en el país, de acuerdo con la ley 1834 de 2017 o Ley Naranja, se abre el camino a la normativa colombiana para fomentar, promover e incentivar el capital creativo de los colombianos para establecer el ambiente creativo en su máxima expresión.

En conclusión, la inclusión de la creatividad y el emprendimiento, teniendo en cuenta la “economía creativa o economía naranja”, como nueva tendencia en el país, significa una reingeniería en el cambio de paradigma del programa Arquitectura de la

UGC, lo que resulta en un reto para la universidad.

Discusión

Es así como la educación desempeña un papel esencial en ese ecosistema creativo, donde las relaciones se entretrejen entre los actores, las actividades y los espacios para generar una dinámica económica sostenible y fluida. Es decir, la educación como formadora no solo de cultura y arte, sino también en la capacitación de sujetos emprendedores, que sepan dar la aplicación práctica y la relación entre creación, innovación, arte, cultura y patrimonio con economía.

Sintetizando, pues, diríamos que, con procesos educativos donde la creatividad desempeña un papel fundamental para el desarrollo de actividades creativas que fortalezcan las industrias culturales en Colombia, habría mayor oportunidad e infinitas posibilidades para gestores culturales, profesionales y aficionados a este tipo de actividades que contribuirían al fortalecimiento de la economía del país. Estas representan el 3,4% del PIB nacional, (Moreno, 2018, p. 17) y, por fortuna, la ley 1834 de 2017 o Ley Naranja abre paso a la legislación colombiana para fomentar, promover e incentivar el capital creativo de muchos profesionales colombianos. De allí, que Rodríguez Sánchez y López López (2020) afirmen que:

La política relacionada con este tema busca promover mejores empresarios a través de excelentes y variados programas de formación

y capacitación, con el propósito de que las futuras generaciones de profesionales estén instruidas para generar el cambio de paradigma empresarial, debido al importe agregado a su ingreso a la universidad. (p. 68)

Siendo la educación una de las actividades naranja, esta se retroalimenta por y para la economía. Es decir, la educación como forma de economía naranja, pero también como creadora, formadora y capacitadora de actores emprendedores o productores de economía naranja. Así, la educación retorna a la economía de igual manera que se constituye en espacio beneficiado y beneficiario.

No obstante, se hace necesario que las políticas públicas se integren para propiciar estos espacios. En un análisis detallado de la ley 1834 o Ley de Economía Naranja, Vargas y Prada (2019) encuentran que el tema educativo a nivel de instituciones universitarias o tecnológicas va más allá del apoyo necesario para formar a los potenciales empresarios de esta economía y destacan que una entidad como el Ministerio de Educación Nacional, en aras de convertirse en un verdadero agente de esta política nacional, debería ofrecer más y mejores alternativas no solo de formación, sino también de información.

De acuerdo con Garay (2017), al igual que la mayoría de los que han mostrado interés por el tema, este recalca que sectores hasta hoy injustamente menospreciados tienen frente a sí una gran oportunidad para “explotar”

una política pública que llega, además, de la mano del presidente de la república, quien fuera en su rol de congresista el mentor de la ley; adicional a esto, en uno de sus capítulos también destaca la trascendencia que el sector educativo representa dentro de estas iniciativas.

El mismo autor afirma que:

Existen varios problemas de raíz que Colombia puede mejorar en su sistema de educación, comprendiendo que tener un alto presupuesto en este rubro significaría un mayor nivel socioeconómico. Partiendo de allí, se podría pensar en la idea de país que a largo plazo podría tener una capacidad productiva mucho mayor en cuanto a generación de innovación y mayor participación en la denominada economía creativa. (Garay, 2017, p. 39)

Siendo la educación una de las actividades naranja, debería contar con un mayor presupuesto, no como un gasto social, sino como inversión social para el crecimiento económico. Por ello, se hace necesario el ajuste del presupuesto y las políticas públicas para que este sector crezca en sus múltiples dimensiones, productos y servicios ofrecidos para y por la economía naranja.

Aunque no todas las opiniones o posturas que han sido recogidas hasta aquí compartan la misma manera de entender o manifestar su posición frente a la conveniencia de integrar la economía naranja en la educación, parece quedar claro que se inclinan hacia la pertinencia de que tal sim-

biosis se produzca. Ahora bien, en cuanto al tema de la flexibilidad del currículo, en este se hace pertinente realizar modificaciones o adecuaciones que acentúen con mayor énfasis en emprendimiento y creatividad a programas de formación superior que así lo requieran y que se proponga como algo necesario y prioritario.

Díaz Villa (2002) advierte sobre la imperiosa necesidad que tiene el modelo educativo colombiano de afrontar las necesidades globales producto de los acelerados cambios que el mundo experimenta. Para ello, se deben instaurar las prácticas pedagógicas que permitan la flexibilización de los contenidos que se ajusten a la realidad concreta y, de esta manera, no dejar por fuera del universo de oportunidades a los nuevos sectores emergentes, para que estén en la capacidad de ponerse a la par con el resto del mundo.

En definitiva, surge la necesidad de meditar en los cambios demandantes hacia las novedosas formas de trabajo en la producción de conocimientos en las universidades, de tal forma que les permita ser capaces de dar respuesta oportuna a los nuevos retos de la formación profesional, ajustados a la realidad, las oportunidades y las tendencias de la economía global (Díaz Villa, 2002).

La creatividad y el emprendimiento en el programa de Arquitectura de la Universidad La Gran Colombia, Bogotá

En la revisión del currículo del programa de Arquitectura de la UGC en

Bogotá, para establecer esa correspondencia entre la formación que recibe un estudiante y los componentes fundamentales de la ley 1834 de 2017, como son la creatividad y el emprendimiento, se encontró que el programa está dirigido a personas creativas:

Dirigido a: Personas creativas con interés en la solución de problemas relacionados con el hábitat, para estar en condiciones de aportar al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades y de sus entornos frente a los desafíos de la globalización, los retos de la inclusión y las exigencias de las tecnologías de la información. (Universidad La Gran Colombia, 2020, p.2)

Si se toma de manera literal este enunciado, se podría decir que los estudiantes de Arquitectura desarrollarían, en su paso por esta universidad, competencias y destrezas que promueven significativamente su parte creativa y quizá también el componente de emprendimiento. Así, el programa está dirigido principalmente a personas que tengan interés en solucionar, de manera creativa, los problemas de espacio público, movilidad, vivienda, recreación y la forma en cómo los individuos se relacionan con estos espacios.

Si lo asociamos con la preparación que la UGC pretende al formarlos para un mundo globalizado, pero más allá de asumirlo por el simple hecho de estar enunciado, se insiste en un análisis un poco más profundo, que a la luz de la revisión de los actuales contenidos curriculares que

el programa ofrece respuesta a las expectativas de creatividad y emprendimiento que la ley 1834 de 2017 o de economía creativa se plantea. Ahora bien, esos componentes creativos enunciados en la oferta del programa se establecerán una vez se tenga respuesta de estudiantes y docentes acerca de sus opiniones y de sus observaciones personales.

Por otro lado, la revisión de los contenidos curriculares permite plantear propuestas, en caso de no encontrar muy claramente establecida la relación de los componentes creatividad y emprendimiento con los contenidos actuales que el programa ofrece a sus estudiantes. La resolución 2770 de 2003 emitida por el Ministerio de Educación Nacional (2003), la cual define las características específicas de calidad para el programa profesional en Arquitectura, permitirá a las mismas instituciones ofrecer énfasis.

Para finalizar, y de acuerdo con lo que concluye Acevedo (2019), aunque la economía naranja no es un concepto internacional y carece de bases disruptivas, teniendo en cuenta que el término *orange economy* no es relevante, ya que no presenta un aporte significativo a los conceptos de economías creativas y culturales, se concluye que es concepto que cada vez más toma mayor relevancia a la hora de emprender un negocio.

Conclusiones

Teniendo en cuenta los criterios para el desarrollo de la presente investigación, es pertinente resaltar que,

al analizar los contenidos curriculares del programa de pregrado de Arquitectura de la UGC con sede en la ciudad de Bogotá, se evidenció la existencia de ciertos elementos conceptuales en la estructura del programa que contribuyen e inducen a tener en cuenta la economía naranja.

Sin embargo, no se lograron identificar percepciones de constructos bien definidos relacionados con la creatividad. Cosa muy diferente sucede con constructos afines con el emprendimiento, reflejado a manera de eje fuerte para el fortalecimiento del currículo del programa en lo que respecta a la creación de empresas desde la óptica de la arquitectura.

De la misma forma, al comparar las expectativas generadas desde el programa hacia la comunidad académica frente a los campos, conocimientos y privilegios que el sector de la economía naranja brinda dentro del fragmento productivo de la ciudad y el país, son muchos los elementos inmersos comprimidos en la oferta del programa. Existen ejes que permiten satisfacer ciertas exigencias del mercado. No obstante, surge la necesidad de establecer una política de inclusión en el desarrollo de la creatividad y el emprendimiento de ideas de negocios creativos en concordancia con la economía naranja, por lo que es de vital importancia establecer un mecanismo de "inserción naranja" en función del fortalecimiento de este importante sector de la economía del país.

Por lo anterior, es pertinente y confiable recomendar a quienes hacen

parte del proceso de diseño, mejora y actualización de los currículos del programa de Arquitectura de la UGC la inclusión de la creatividad y el emprendimiento como ejes estructurantes y conceptuales al actual currículo formativo que ofrece la institución con sede en Bogotá. Para esto, debe tenerse en cuenta que se permitirá, con base en el análisis desarrollado por el equipo de trabajo de la presente investigación, desarrollar la creatividad, el ingenio y la capacidad emprendedora de los estudiantes frente a los retos y desafíos propuestos por la economía creativa o economía naranja.

Es de anotar que el programa de Arquitectura está dirigido a personas creativas, de allí que necesariamente deba tener componentes y contenidos que desarrollen la creatividad, pero que también estén relacionados con el andar de los espacios colectivos donde se produce cultura, patrimonio, arte y actividades similares.

Por otro lado, en Colombia se hace necesaria la flexibilidad curricular para que los contenidos, las metodologías y las prácticas pedagógicas se ajusten a las necesidades del mercado laboral o de emprendimiento. Las universidades deben estar en la capacidad de actualizar los contenidos y ser espacios no solo de educación, sino de promoción del emprendimiento.

Si bien la ley 1834 promueve y regula las actividades de la economía naranja, esta no vincula de manera directa el desarrollo de la educación en aras de orientar los contenidos a las necesidades económicas. Está en manos,

entonces, de ese desarrollo a las facultades y programas de educación superior el orientarse hacia estos temas.

Finalmente, es necesario tener en cuenta que habrá desarrollo económico y se lograrán los objetivos del desarrollo sostenible a través de la economía naranja. Para esto, es necesario que exista una articulación entre las políticas públicas, la oferta de educativa y el mercado laboral y tener así a los profesionales idóneos que promuevan, emprendan y generen no solo cultura, fomento de patrimonio y arte, sino empleo y crecimiento económico.

Referencias

- Acevedo, A. D. (2019). Análisis teórico y bibliométrico de la economía naranja y economía creativa y cultural [Tesis de grado, Universidad Santo Tomás]. Repositorio institucional USTA. <https://bit.ly/3gjMrKi>
- Argos. (2017, febrero 3). *Oportunidades de la economía naranja para la arquitectura*. <https://bit.ly/3gNt8YX>
- Benavente, J. M. & Grazzi, M. (2017). *Políticas Públicas para la creatividad y la innovación: impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID). <https://bit.ly/3vnPu8u>
- Bohórquez Álzate, D. E. (2019). Arquitectura naranja. *Legislación, riesgos y alcances para un arquitecto que implemente la economía naranja en Colombia* [Tesis de grado, Universidad Pontificia Bolivariana]. 1-15. Repositorio institucional UPB. <https://bit.ly/3zssMiQ>
- Buitrago Restrepo, F. & Duque Márquez, I. (2013). *La economía naranja*,

- una oportunidad infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://bit.ly/2SBSpwO>
- Congreso de la República de Colombia. (2017, 23 de mayo). Ley 1834. *Por medio de la cual se fomenta la economía creativa Ley Naranja*. Diario Oficial Año 50242. <https://bit.ly/35hEi2L>
- Consejo Nacional de la Economía Naranja (CNEN). (2020). ABC economía naranja. *Economía Naranja*. <https://bit.ly/3q154Ri>
- Díaz Villa, M. (2002). *Flexibilidad y educación superior en Colombia*. Instituto Colombiano Para el Fomento y Desarrollo de la Educación Superior (ICFES). <https://bit.ly/3xowZlx>
- Garay, S. (2017). Economía naranja colombiana en tiempos modernos. *Revista Ploutos*, 7(2), 34-41. <https://doi.org/10.21158/23227230.v7.n2.2017.1873>
- Hartley, J. (1994). Case studies in organizational research. En: *Essential Guide to Qualitative Methods in Organizational Research* (pp. 323-333). Sage Publications Ltd.
- Hernández Madroñero, I., Ospina Díaz, L. P., Londoño Cardozo, J. & Tello Castriellón, C. (2018). Economía naranja o economía creativa. Una discusión conceptual respecto a la ley 1834 de 2017. En *Las nuevas tecnologías y los desafíos para la administración*. Universidad Externado de Colombia. <https://bit.ly/2Tso3wX>
- Ministerio de Cultura. (2018). *ABC Economía naranja. Min cultura*. <https://bit.ly/35jyiGD>
- Ministerio de Educación Nacional (MEN). (1994). *Normatividad básica para etnoeducación*. <https://bit.ly/3xj0tkW>
- Ministerio de Educación Nacional. (2003, 13 de noviembre). Resolución 2770. *Por la cual se definen las características específicas de calidad para los programas de pregrado en Arquitectura*. <https://bit.ly/3zq3VMm>
- Moreno Mejía, L. (2018). El futuro de América Latina y el Caribe es creativo. La cultura y la creatividad se instalan hoy como potenciales motores de crecimiento y desarrollo. Contraloría General de la Nación. *Economía Colombiana*, 33(354), 10-17. <https://bit.ly/3wS96Dj>
- Pérez Paredes, A., Torralba Flores, A. & Cruz de los Ángeles, J. A. (2019). Propuestas para fortalecer la cultura emprendedora en los municipios de Puebla y Tlaxcala. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios)*, 6(2), 37-51. <https://doi.org/10.22579/23463910.172>
- Redondo Gómez, M. (2018, 16 de abril). *XIV Seminario de Urbanismo Internacional. Estructura Naranja para una ciudad creativa*. <https://bit.ly/3gsTkZX>
- Rodríguez Sánchez, M. & López López, M. C. (2020). Economía naranja: una opción de emprendimiento para Colombia de la mano de las instituciones de educación superior. *Apuntes Contables*, (25), 59-84. <https://doi.org/10.18601/16577175.n25.05>
- Universidad La Gran Colombia. (2020). Facultad de Arquitectura. Brochure Arquitectura. <https://bit.ly/35r3zY1>
- Vargas, K. & Prada, K. (2019). *Economía naranja como potencializador de innovación en los proyectos de emprendimiento generados al interior del Programa de Finanzas y Comercio Internacional de la Universidad de la Salle en Bogotá* [Tesis de grado, Universidad de La Salle]. Repositorio de la Universidad de La Salle. <https://bit.ly/3vnMfhe>