



# INFORME DE POTENCIALES EMPRENDIMIENTOS CULTURALES DEL MUNICIPIO DE CLEMENCIA



## **UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO - SECCIONAL CARIBE**

Roxana Segovia de Cabrales  
Directora, Seccional Caribe

Dolly Rocío González Espinosa  
Profesional Especializado Planeación, Presupuesto y Proyectos, Seccional Caribe

## **PROYECTO LABORATORIOS VIVOS DE INNOVACIÓN Y CULTURA.**

Viviana Londoño Moreno  
Gerente del proyecto

César Augusto Prieto Jiménez  
Coordinador de Inclusión Productiva

María Consuelo Betancourt De Arco  
Asesora de Mercadeo

Juan Sebastián Castillo Pérez  
Asesor de Psicología

El presente documento es un producto contemplado en la ejecución del proyecto Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura.

Cartagena de Indias, junio de 2017.

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	4
1. ASPECTOS METODOLÓGICOS .....	5
2. MARCO TEÓRICO .....	6
3. CARACTERIZACIÓN GENERAL DE LA LÍNEA BASE .....	11
3.1. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MUNICIPIO .....	13
3.2. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LOS ASPECTOS PSICOSOCIALES DEL MUNICIPIO DE CLEMENCIA .....	16
3.3. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LOS PARTICIPANTES DE LOS LABORATORIOS VIVOS .....	18
3.4. DESCRIPCIÓN DE LOS ASPECTOS RELACIONADOS CON EL MERCADEO DE LOS EMPRENDIMIENTOS POTENCIALES.....	22
4. EMPRENDIMIENTOS POTENCIALES IDENTIFICADOS.....	24
4.1. EMPRENDIMIENTOS DEL SEGMENTO DE MEDIOS VISUALES E INTERACTIVOS .....	24
4.2. EMPRENDIMIENTOS DEL SEGMENTO DE PRESENTACIONES ARTÍSTICAS Y CELEBRACIONES .....	25
4.3. EMPRENDIMIENTOS DEL SEGMENTO DE ARTES VISUALES Y ARTESANÍAS.....	26
4.4. EMPRENDIMIENTOS DEL SEGMENTO DE PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL .....	27
5. ANÁLISIS DE LAS OPORTUNIDADES DE ACCESO AL MERCADO GLOBAL.....	28
5.1. SEGMENTO DE MEDIOS VISUALES E INTERACTIVOS.....	31
5.2. SEGMENTO DE PRESENTACIONES ARTÍSTICAS Y CELEBRACIONES .....	35
5.3. SEGMENTO DE ARTES VISUALES Y ARTESANÍAS .....	39
5.4. SEGMENTO DE PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL .....	41
6. DESCRIPCIÓN DE LOS POTENCIALES EMPRENDEDORES CULTURALES Y CREATIVOS .....	43
7. CONCLUSIONES .....	47
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	48

## INTRODUCCIÓN

El presente documento corresponde al desarrollo del producto de la actividad 36 del Plan de Trabajo, en el marco del Convenio de Cooperación N° 088 de 09 de junio de 2015, celebrado entre el Instituto de Cultura y Turismo del Departamento de Bolívar – ICULTUR y la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano - UTADEO. Dicha actividad consiste en elaborar un informe por municipio intervenido donde se identifique los potenciales emprendimientos culturales, sus capacidades instaladas y características.

En primer lugar, se explican los aspectos metodológicos tenidos en cuenta para el desarrollo de la actividad. Luego se hace una descripción que parte de lo general a lo particular, abarcando aspectos generales del municipio de Clemencia, las características generales, psicosociales y mercadológicas de los potenciales emprendimientos identificados en los grupos participantes del proceso de formación de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura.

Posteriormente, se exponen las principales oportunidades de acceso a los mercados globales de los emprendimientos identificados, con base en una revisión de diferentes fuentes secundarias consultadas por los investigadores.

Lo anterior, con el objetivo de identificar aquellas manifestaciones culturales con mayores posibilidades de inserción en mercados dentro de circuitos locales, regionales y nacionales en el municipio de Clemencia.

## 1. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Para el desarrollo de la presente investigación, se implementó una metodología combinada de tipo cuantitativo y cualitativo, mediante el uso de fuentes primarias y secundarias. En primera instancia, las fuentes primarias fueron utilizadas para el análisis de la oferta (emprendimientos culturales de Clemencia), utilizando una metodología de tipo descriptivo transeccional y una filtración de criterios para la selección de la muestra a estudiar. En este sentido, se consideró una muestra compuesta por participantes de los grupos del programa de formación de los Laboratorios Vivos, en los perfiles de Emprendedores y Actores Sociales, teniendo en cuenta lo siguiente: estos dos grupos cuentan con mayor disponibilidad de tiempo y flexibilidad en sus horarios para la captura de información de fuente primaria, poseen capacidad legal y una mayor conciencia sobre las variables económicas y comerciales de su entorno.

Dichos perfiles de participantes priorizados se encuentran definidos en el documento técnico del proyecto (Gobernación de Bolívar, ICULTUR, y UTADEO; 2014), así: Emprendedores, personas naturales, mayores de edad, estudiantes universitarios, gestores culturales, artistas (pintores, músicos, actores), artesanos, con interés en gestión y emprendimiento del área de influencia de cada municipio beneficiario; Actores sociales y comunidad en general, corresponde a padres de familia, líderes cívicos y comunitarios, funcionarios públicos, actores sociales y comunidad en general del área de influencia de cada municipio beneficiario.

Para recolectar la información de fuentes primarias, se diseñaron tres instrumentos que fueron aplicados mediante entrevista a los participantes, con el fin de identificar las principales características generales y mercadológicas relacionadas con sus proyectos de emprendimiento, al igual que sus características socio-demográficas. Además, se tuvieron en cuenta las características comerciales y psicosociales que configuran el entorno de dichos proyectos de emprendimiento cultural, complementando la información con el levantamiento de datos para la caracterización socioeconómica y psicosocial de los participantes del programa de formación en Clemencia, realizada por el área de investigación de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura.

Adicionalmente, se utilizó una combinación de instrumentos de recolección primaria de tipo cualitativo, que fueron implementados durante la ejecución de los talleres de: innovación social, estrategias comerciales y proyecto de vida, a cargo del área de Inclusión Productiva.

Finalmente, se implementó una descripción cualitativa, basada en fuentes secundarias, para exponer las características del mercado global de productos culturales y creativos, con el fin de establecer las oportunidades de acceso a los mismos por parte de los emprendimientos identificados en el municipio de Clemencia.

## 2. MARCO TEÓRICO

En aras de lograr una mayor comprensión sobre los potenciales emprendimientos culturales del municipio de Clemencia, es necesario tener en cuenta las características que configuran su entorno de desarrollo, teniendo en cuenta la relación de los emprendedores con los diferentes actores socioculturales y las variables que componen su entorno psicosocial. Esto determina su calidad de vida e impacta de forma directa su desarrollo personal y, por ende, el resultado final de sus emprendimientos culturales.

Para tal objetivo, en primer lugar, partiendo del nivel más básico de construcción del concepto de calidad de vida, se deben tener en cuenta las variables socioeconómicas y sociodemográficas que lo componen y que se encuentra relacionada tanto con la vivienda digna como con el consumo de bienes y servicios básicos, tales como: alimentación, transporte, salud y educación; una oferta adecuada de servicios domiciliarios tales como: acueducto, alcantarillado, energía eléctrica, telefonía, gas y recolección de basuras: espacios públicos tales como: vías, parques, plazas, cementerios, plazas de mercado, estadios deportivos, bibliotecas, la disponibilidad de fuentes de trabajo, disponibilidad de alimentos y comunicaciones (García-Viniegras y González Benítez, 2000).

Sin embargo, desde una perspectiva sistémica, es importante tener en cuenta no solo la presencia de estos factores, sino su nivel de interacción con otras variables. Por ejemplo, el comportamiento de la variable demográfica relacionada con la edad o el ciclo vital de la población, en relación con otras variables, puede generar cambios considerables en las estructuras sociales, económicas y culturales de un país. Arango y Peláez (2012) afirman que el envejecimiento poblacional genera repercusiones tanto en el funcionamiento de algunas estructuras sociales como en las redes de apoyo social, principalmente las redes informales, ya que estas últimas han demostrado ser un recurso formidable para que las personas optimicen sus estados de salud y bienestar. En contraposición a una estructura etaria prevalentemente joven, la cual representa una ventana demográfica que aporta fuerza laboral, mano de obra activa y que, bien encaminada, podría servir de alivio al sistema pensional, educativo y económico.

Otros autores también han realizado estudios para explorar la relación entre las condiciones de vida que configuran los entornos y la calidad de vida de los individuos, como es el caso de Olave y Fawaz (2005), quienes afirman que la calidad de vida de las personas depende estrechamente de las condiciones de la vivienda que habita, relacionándola con una vida confortable que facilita el desarrollo de la familia, otorga espacios de privacidad según su tamaño y brinda seguridad. Por otra parte, la ausencia de estas condiciones o la imposibilidad para acceder a bienes y servicios básicos puede tener un impacto considerablemente negativo sobre el

desarrollo del ser humano, más aún si esto sucede a temprana edad. Al respecto, Zambrano, Muñoz y Vidal (2012) manifiestan que las condiciones de vida precarias, en lo material y lo afectivo, imposibilitan que los niños se desarrollen y aprendan oportunamente normas, formas de relación, habilidades y competencias que les permitan integrarse adecuadamente a la vida social.

En todo caso, no basta con hacer un análisis sobre las condiciones y las interacciones que configuran los diferentes sistemas con los que interactúa el individuo, sino que debe profundizarse en el análisis de la experiencia, relacionándola el significado y la valoración que hace dicho individuo sobre la misma, como pieza clave para comprender el desarrollo individual y social. De esta manera, la satisfacción personal surge como punto de partida de una transacción entre el individuo y su entorno social a nivel micro y macro, con sus elementos actuales e históricos, donde se incluyen las condiciones objetivas, materiales y sociales que brindan al hombre determinadas oportunidades para la realización personal. El bienestar surge del balance entre las expectativas y los logros, en las áreas de mayor interés para el ser humano (García-Vinegras y González Benítez, 2000).

En este contexto, surgen nuevas propuestas que buscan analizar el fenómeno de la pobreza y la desigualdad desde un enfoque que trascienda su dimensión estructural. Advirtiendo esta necesidad, algunos autores han desarrollado conceptos y metodologías que sitúan la atención en el ser humano y su capacidad para desarrollarse, a pesar de las limitaciones de su entorno. Al respecto, Max-Neff (1986) propone un análisis del desarrollo a escala humana y establece la necesidad de no relacionar únicamente las necesidades con los bienes y servicios que presuntamente las satisfacen, sino también con prácticas sociales, formas de organización, modelos políticos y valores que repercuten sobre las formas en las que se expresan las necesidades.

Posteriormente, con el objetivo de trascender las visiones tradicionales sobre el desarrollo, Amartya Sen (1998) propone una perspectiva que va más allá del incremento del PIB y que se relaciona con la expansión de la capacidad humana para llevar una vida más libre y más digna, refiriéndose a la habilidad que tiene cada persona para hacer (o ser) ciertas cosas que, por alguna razón, juzga valiosa. Según esto, el crecimiento económico debe ser entendido como un medio o instrumento para la expansión de la capacidad humana para llevar una vida más libre y más digna, como una estrategia para la generación del cambio social.

En el *Informe de la Comisión sobre la Medición del Rendimiento Económico y el Progreso Social* (Stiglitz, Sen y Fitoussi; 2009) se afirma que la calidad de vida es un concepto más amplio que el concepto de producción económica o el de nivel de vida, ya que es un proceso dinámico ligado al ciclo vital de cada persona, en un contexto social específico.

En todo caso, al hablar de la relación entre capacidades y oportunidades, no debe desconocerse el papel del estado en la garantía de los derechos fundamentales de las personas, posibilitando o constriñendo el goce efectivo de estos, por parte de las personas. De esta manera, resulta pertinente mencionar las categorías, métodos y criterios, que propone el enfoque de derechos en el marco de los derechos fundamentales constitucionalmente reconocidos, especialmente a la luz de los derechos económicos sociales y culturales. Nogueira (2009) afirma que los derechos económicos, sociales y culturales son disposiciones constitucionales que tienen por objeto otorgar una mejor calidad de vida a las personas, lo cual implica, necesariamente, la existencia de un estado activo, promotor del bien común y regulador del proceso socioeconómico, a través de la garantía de un nivel mínimo de bienestar para las personas.

Teniendo en cuenta la importancia de la incorporación del enfoque de derechos, como complemento a la propuesta del enfoque de desarrollo humano de Sen (1998), resulta pertinente profundizar sobre el concepto de capacidades humanas centrales y de umbral, introducidos por Nussbaum (2001). A través de estos, se propone la identificación de niveles mínimos aceptables de ciertas capacidades básicas, por debajo de los cuales se considera que las personas padecen privaciones escandalosas. Según Nussbaum (2012), la incorporación de esta noción en el análisis de temas relacionados con el desarrollo es urgente y necesaria, pues se debe ir más allá del uso comparativo del espectro de las capacidades humanas, para articularlo con un conjunto de capacidades básicas para la definición de principios constitucionales a los que tienen derecho de acceder los ciudadanos.

De acuerdo con lo anterior, se requiere la implementación de acciones concretas bajo un enfoque que respete la lucha de cada persona por florecer, que trate a cada persona como un fin en sí mismo, como fuente de agenciamiento y valor de sus propios derechos, para brindar a las personas un amplio rango de decisión y afiliaciones significativas. No se trata de que las personas posean sólo los recursos, sino también aquello que son capaces de hacer o ser a partir de estos. Sin embargo, dentro del contexto en el que se encuentran las condiciones generadoras de desigualdad anteriormente mencionadas también existen recursos valiosos que debidamente enfocados pueden resultar clave para la potencialización de los procesos de desarrollo humano a través de la reconfiguración de los actores que tienen presencia en el territorio.

Caicedo (2008) postula que es necesario tener en cuenta los factores del desarrollo económico territorial y su incidencia en la consolidación de políticas de desarrollo regional, por ello importa el territorio y no solamente la empresa, el fomento de las potencialidades existentes, el fomento a la descentralización y la existencia de una relación muy fuerte entre el desarrollo estratégico territorial y el desarrollo endógeno. Por su parte, Lira y Quiroga (2003) postulan tres elementos presentes a perfeccionar: el territorio, que se entiende como un sistema físico y



social complejo; la sociedad, que es el referente de la cultura y la identidad; finalmente, las personas.

De acuerdo con Sen (2004), es posible fortalecer el bienestar, las libertades a las que se aspira y enriquecer las vidas humanas a través de la literatura, la música, las bellas artes, otras formas de expresión y prácticas culturales. Por tal motivo, al evaluar la pobreza y formular propuestas encaminadas al desarrollo de las comunidades, es necesario tener en cuenta los rasgos definitorios de los estilos de vida de los individuos que viven en estos espacios, además de las capacidades y los conocimientos que estos poseen para la satisfacción de sus necesidades (Camargo, 2003). En todo caso, no basta con la conciencia sobre la complejidad de trabajar con procesos humanos, dada su alta complejidad y la amplia gama de factores que han de tenerse en cuenta si se pretende una visión realmente integradora. Este ejercicio exige comprender que la cultura juega un papel fundamental en el despliegue de las capacidades humanas que permiten la realización de las personas en el curso de su ciclo vital, a través de prácticas o roles que adquieren un valor significativo dentro del marco cultural en el que toman lugar.

Adicionalmente, se deben tener en cuenta algunos conceptos sobre desarrollo local y regional como el nivel de aprendizaje, conocimiento e innovación, sumados a la capacidad que se tenga de generar una gestión que facilite el flujo de conocimiento entre las empresas, las organizaciones, las instituciones y la sociedad. Alburquerque (2009) considera importante identificar el territorio en una matriz que tiene como variables para propiciar el desarrollo local, la formación de recursos humanos, la capacidad innovadora y emprendedora de las empresas, la flexibilidad de las organizaciones institucionales, las redes locales de actores públicos y privados, al igual que una estrategia de desarrollo territorial. Igualmente, resulta importante dimensionar el territorio como un activo estratégico para las poblaciones, ya que cuenta con recursos propios que, debidamente explorados y explotados, le darían una ventaja competitiva a escala global.

En aras de seguir profundizando en la construcción de una visión crítica y una perspectiva novedosa para comprender al ser humano desde una dimensión psicosocial, es necesario incorporar el enfoque de desarrollo humano, el cual sintetiza las diferentes posturas y logros abordados hasta el momento a través del presente documento. Por esto, es preciso analizar en qué medida el medio reprime, tolera o estimula el hecho de que las posibilidades disponibles sean recreadas y ensanchadas por los propios individuos o grupos que lo componen. Ya no se trata únicamente de relacionar las necesidades con los bienes y servicios que presuntamente las satisfacen, sino de vincularlas, además, con prácticas sociales, formas de organización, modelos políticos y valores que repercuten sobre las formas en que se expresan las necesidades (Max-Neef 1986). Es por eso que una de las tareas del enfoque de desarrollo humano es analizar la naturaleza de las instituciones sociales que resultan favorables para la prosperidad humana, en

la medida en que el desarrollo se debe valorar, no solo en función de su impacto a corto plazo sobre las capacidades individuales, sino también con base en el grado de evolución social que permite la realización humana (Malik, M, PNUD, 2013).

Sin embargo, esta es una concepción que plantea grandes desafíos frente a las condiciones que impone la crisis global actual, el primero de los cuales hace referencia a la capacidad que tenga el estado para transformar su tradicional rol asistencial, a través del cual se vuelve la fuente única de satisfacción de necesidades, limitando así la capacidad de generar comunidades autónomas y autodependientes. En cambio, debe procurar un rol capaz ejecutar procesos sinérgicos en los diferentes niveles de la sociedad.

Tomando esto en consideración, diferentes naciones alrededor del mundo han manifestado su intención de construir modelos de desarrollo desde un enfoque de desarrollo humano, ubicando a los individuos como protagonistas de los procesos, a partir de sus capacidades individuales. En tal sentido, durante el tercer congreso mundial de ciudades y gobiernos locales unidos, se trabajó la relación entre cultura y desarrollo sostenible, a través de un enfoque doble: desarrollando los sectores culturales propios (patrimonio, creatividad, industrias culturales) y abogando para que la cultura sea debidamente reconocida en todas las políticas públicas. Particularmente en aquellas relacionadas con educación, economía, ciencia, comunicación, medio ambiente, cohesión social y cooperación internacional (CGLU,2010).

De acuerdo con el objetivo principal de esta investigación, se abordará el concepto de cultura desde una perspectiva simbólica (Thompson, 2002), que abarca acciones, objetos y expresiones que recogen una amplia gama de manifestaciones, indistintamente si estas representan artes, oficios populares, prácticas artísticas formalizadas, además, acciones recurrentes de la vida cotidiana, reconocidas por una comunidad. Lo anterior incluye la producción de bienes con contenido simbólico (libros, pinturas, música, coreografías, producción cinematográfica, entre otros) y la puesta en escena de festividades, rituales y prácticas cotidianas propias de la vida comunitaria (Ministerio de Cultura, 2013).

Dicha producción de bienes y servicios, denominados culturales, ha sido ampliamente debatida por distintos autores (Canclini, 2000; Alonso, Gallego y Ríos, 2010) y organismos internacionales (OMPI, 2003; UNESCO, 2007, 2013), destacando su importancia en los procesos de desarrollo humano y económico. En Colombia, el Consejo Nacional de Política Económica y Social adoptó el término de industrias culturales mediante la definición de la *“Política Nacional para la Promoción de las Industrias Culturales en Colombia”* (Documento Conpes 3659, 2010), cuyo objetivo principal es aprovechar el potencial competitivo de las industrias culturales, aumentar su participación en la generación del ingreso y el empleo a nivel nacional, y alcanzar elevados niveles de productividad.

De manera general, la Unesco<sup>1</sup> (2007) define las industrias culturales como aquellas que producen productos creativos y artísticos tangibles o intangibles, y que tienen el potencial para crear riqueza y generar ingreso a través de la explotación de los activos culturales y de la producción de bienes y servicios basados en el conocimiento (tanto tradicional como contemporáneo). Lo que las industrias culturales tienen en común, es que todas usan su creatividad, conocimiento cultural, y propiedad intelectual, para producir productos y servicios con valor social y cultural.

A este concepto de Industrias Culturales, se vinculan otros como el de Industrias Creativas, dentro de las cuales incluye un conjunto de actividades mucho más amplio, abarcando tanto los bienes y servicios que producen las industrias culturales, como otros que dependen de la innovación, incluyendo distintos tipos de investigación y desarrollo de software (Unesco, 2013). También se encuentran las llamadas Industrias Relacionadas con el Derecho de Autor, que se dedican íntegramente a la creación, producción y fabricación, interpretación o ejecución, radiodifusión, comunicación y exhibición, distribución y venta de obras u otro material protegido, además, encierran actividades como la cinematografía, la grabación y musical, la editorial de libros y revistas, el software de computadoras y de entretenimiento interactivo en todo tipo de plataformas (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual –OMPI-, 2003).

Los términos Industrias Culturales, Industrias Creativas e Industrias Protegidas por el derecho de autor, hacen referencia a un conjunto de actividades productivas que agregan valor, al tiempo que proveen bienes y servicios que incluyen algún tipo de manifestación artística o la creatividad de individuos o colectivos (Alonso, Gallego y Ríos, 2010).

### **3. CARACTERIZACIÓN GENERAL DE LA LÍNEA BASE**

En este apartado se incluye una caracterización general de los participantes de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura, basado en una muestra de los mismos, teniendo en cuenta los elementos explicados previamente en los aspectos metodológicos. Para esto, en primera instancia se hace una descripción general del municipio, luego se describen los principales aspectos psicosociales identificados y, finalmente, se hace una descripción de los aspectos identificados que se relacionan con el mercadeo de productos culturales y creativos.

Se describen factores estructurales y psicosociales que configuran dinámicas comunitarias que limitan el desarrollo individual y colectivo de los habitantes del municipio, generando y manteniendo su situación de pobreza o vulnerabilidad. En este sentido, se asume el concepto de

---

<sup>1</sup> (Unesco, 2007), citado en (Alonso, Gallego y Ríos, 2010). Industrias culturales de Cali: Caracterización y cuentas Económicas. 1 ed. Cali. Proyecto Industrias Culturales de Cali, 2010. 144 p

pobreza desde la definición ofrecida por Alvis, Espinosa y Ruz (2012) como situación de privación material (productos e ingresos), carencia de oportunidades reales (limitaciones sociales y a circunstancias personales) y, en un sentido más amplio, como el conjunto de situaciones de carácter multidimensional (PNUD, 2011; citado en Alvis, Espinosa y Ruz, 2012).

En sentido general, en la muestra tomada como referencia para el presente estudio, se evidenció que los participantes de los Laboratorios Vivos de Clemencia cuentan con un nivel de ingresos superior a un salario mínimo legal vigente y el 41% tiene un nivel educativo técnico, situación que promueve el desarrollo de sus capacidades. A pesar de que en el año 1995 algunos grupos al margen de la ley en el marco del conflicto hicieron presencia en esta población, el impacto de esta situación no fue significativo en la dinámica del territorio. Sin embargo, existen algunas situaciones que afectan la calidad de vida, limitando el despliegue de sus capacidades y por ende su desarrollo personal.

En este sentido se identificaron prácticas que ponen en riesgo el medioambiente y la salud de los habitantes del municipio, ausencia de iniciativas gubernamentales y no gubernamentales para la promoción del bienestar social de las comunidades, limitaciones en la prestación de servicios públicos básicos por parte del estado, distribución inequitativa de la riqueza y que la incapacidad del estado para garantizar el libre desarrollo de la población, manifestado a través de una percepción de inseguridad generalizada por parte de las personas entrevistadas, al igual que problemáticas de convivencia al interior de sus hogares que generan hechos de violencia.

Esta información se relaciona, además, con el hecho de que la problemática social referida con mayor frecuencia por parte de los participantes encuestados fue la de embarazo en adolescentes, seguida por el pandillismo, lo cual a su vez debe llamar la atención de aquellos encargados de la formulación e implementación de la política pública en materia de juventudes, en la medida en que este grupo poblacional, además de ser el más afectado por este tipo de dinámicas, constituye la base de la composición demográfica del municipio de Clemencia.

El conjunto de situaciones presentes en el contexto de este municipio, se compone de factores que constriñen el desarrollo de capacidades e impactan negativamente el desarrollo de iniciativas de emprendimiento de los actores del sector cultural del municipio, quienes se debaten entre la escasez de recursos y la dificultad para acceder a oportunidades de formación que les permitan perfeccionar su oficio para acceder a mejores oportunidades de inserción en los mercados culturales locales, nacionales y globales.

Lo anterior se amplía a continuación, mediante una descripción socioeconómica y psicosocial de los emprendedores, en la que se especifican mediante las cifras obtenidas a partir de fuentes primarias y secundarias.

### 3.1. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MUNICIPIO

El municipio de Clemencia se encuentra ubicado en el Departamento de Bolívar y a 39 km. de su capital, Cartagena, entre los municipios de Pendales y Santa Rosa. Su temperatura promedio es de 28°C, con un clima tropical seco, humedad relativa de 85% y una altitud de 59 metros sobre el nivel del mar. Su población representa 11.832 habitantes y pertenece a la zona de desarrollo económico Dique (Gobernación de Bolívar, ICULTUR, y UTADEO; 2014).

Del total de la población, 10.653 personas están ubicadas en la cabecera municipal, que constituye un 83% del municipio, según el Departamento Nacional de Planeación (2014)<sup>2</sup>. Además, el municipio no cuenta con un trazado o nomenclatura de calles, carreteras, avenidas y demás, sino que abundan los nombres locales (Osorio, D. y García, M.; 2017).

La Administración Municipal de Clemencia (2012)<sup>3</sup> y el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (2013)<sup>4</sup>, afirman que la base de la economía del municipio ha sido la agricultura y la ganadería, con productos principales como la carne de res, la yuca, el plátano y el maíz. Las pequeñas parcelas de cultivos clemencieros se componen de extensiones de tierras dedicados a la fruticultura, donde se consiguen productos como la guayaba, el mango, la papaya, el níspero y el tamarindo. Además, según la misma fuente, los otros territorios son ocupados con cultivos como la yuca (1.000 hectáreas), el maíz (700 hectáreas) y el plátano, del cual no se obtuvieron cifras concretas. Los suelos del municipio son fértiles, de textura suelta y con tendencia a retener la humedad.

Por otra parte, en relación con el conflicto armado, según la investigación de Osorio y García (2017), es a partir de 1995 que empiezan a hacer presencia en Clemencia las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), el Ejército de Liberación Nacional (ELN) y las Autodefensas Unidas de Colombia (AUC), siendo estas últimas las de mayor incidencia. Según el Observatorio del Programa Presidencial de Derechos Humanos y Derecho Internacional Humanitario, citado por los mismos autores en su investigación, se registraron seis acciones bélicas en el periodo comprendido entre el 2003 y el 2006, lo que coincide con el recrudecimiento de la violencia tanto en el norte como en el sur de Bolívar. Y según la Unidad para la Atención y Reparación Integral a las Víctimas (2016), citada también por Osorio y García (2017), en el 2003 se presentó el pico más alto de personas expulsadas víctimas del conflicto armado en este territorio (281).

---

<sup>2</sup> Citado en: Osorio, D. y García, M. (2017). En Molina Garrido, G. (Ed.). Tecnologías simbólicas y culturas creativas. La experiencia regional de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura. Cartagena: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. p. 41 - 42.

<sup>3</sup> Ibíd. p. 44.

<sup>4</sup> Ibíd. p. 44.

En otros aspectos socio-demográficos del municipio de Clemencia, Osorio y García (2017) señalan que, según el censo realizado por el DANE en 2005, un 80,6% de la población del municipio no se identifica con ningún grupo poblacional étnico: población indígena, población negra, mulata, afrocolombiana y raizal. El 10,4% restante se identifica como negro, mulato y afrocolombiano.

En relación con las prácticas culturales y prácticas culturales y creativas locales de Clemencia, Molina Garrido, G., et al. (2017), destacan las siguientes: las artesanías, el picó, las coplas o décimas, la banda pelayera, la sabanera o la banda de porros, y al concurso del canario trinador.

A continuación, se describen algunos aspectos generales del municipio de Clemencia, teniendo en cuenta, en primera instancia, las variables geográficas, demográficas, económicas e históricas que componen estas dos poblaciones, como se muestra en la tabla 1.

**Tabla 1. Descripción general del municipio de Clemencia, en cifras.**

VARIABLES		DESCRIPCIÓN
Zodes <sup>5</sup> al que pertenece		Zodes Dique
Vías de acceso		Terrestre
Tiempo de viaje estimado desde Cartagena de Indias por medio terrestre		De 30 a 45 minutos
Habitantes (%)	Hombres	52,7%
	Mujeres	47,3%
N.º total de habitantes 2016		12.653
Tipo de distribución poblacional		Piramidal
Extensión territorial		84 km <sup>2</sup>
Distancia desde Cartagena de Indias		27 km
Temperatura promedio (°C)		28 °C
Actividades Económicas	Comercio	70,9%
	Servicio	15,8%
	Industrial	13,3%
Altura sobre el nivel del mar		300 metros

<sup>5</sup> Zona de Desarrollo Económico y Social (Zodes): designa municipios que son próximos geográficamente.

VARIABLES		DESCRIPCIÓN
Tierra dedicada al cultivo		Yuca 1.000 hectáreas
		Maíz 700 hectáreas
		Fruticultura 47%
Índice de pobreza multidimensional		86,32%
Índice de cobertura en salud	Subsidiado	89%
	Contributivo	1%
	No aseguradas	10%
Disponibilidad del Agua		Variable
Tipo de suelo		Arcilloso y arenoso
Coeficiente de Gini		0,603
Colegios (N.º)		2
Educación	6 a 10 años	93,5% asiste al colegio
	11 a 17 años	84,3% asiste al colegio
Penetración en Internet		1,1 (2016)
Cobertura bruta en educación		109,40%
Cobertura neta en educación		87,20%
Índice de repitencia		5,6% (2013)
Personas expulsadas en año más representativo		281 personas (2003)
Personas recibidas en año más representativo		194 personas (2003)
Año con mayores cifras de violencia		2003
Fundadores		Sebastián de Eslava (Santa Catalina)
Fecha de fundación		1995
Fecha del primer registro		1847
Infraestructura municipal		Dos canchas de fútbol, alcaldía, cementerio, iglesia, estación de policía, matadero, una casa de cultura y un puesto de salud.

**Fuente:** Elaborado a partir de información de la Administración Municipal de Clemencia (2012); Alcaldía de Clemencia, Bolívar (2016); Gobernación de Bolívar (2015); DANE (2005a; 2005b; 2013); Departamento Nacional de Planeación (20014a; 2014b); IGAC (2009; 2010); Saberla (ca. 2016); Paulhiac et al. (2016), Notaría Primera de Cartagena (1847) y Gaceta Departamental de Bolívar, 1857).

### **3.2. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LOS ASPECTOS PSICOSOCIALES DEL MUNICIPIO DE CLEMENCIA**

A partir de la observación en campo del equipo investigador y de las entrevistas realizadas a una muestra de participantes de los Laboratorios Vivos, se construyó un perfil psicosocial del municipio de Clemencia. A continuación, se describirán algunos aspectos característicos de la estructura y las dinámicas observadas en la comunidad.

Con referencia a los aspectos estructurales relacionados con el ambiente psicosocial del municipio de Clemencia, se observó que el municipio cuenta con fácil acceso por vía terrestre, siendo el medio de transporte más utilizado dentro de este, la motocicleta. Sin embargo, las calles internas se encuentran en malas condiciones y algunas sin pavimentar.

Con relación con el acceso a los servicios públicos, cuenta con suministro de energía eléctrica y recolección de basuras, sin embargo, no cuenta con servicio de alcantarillado. Adicionalmente, sobre las condiciones de habitabilidad identificadas en las viviendas visitadas, se observaron construcciones principalmente en cemento, siendo este el material de construcción más utilizado, Además, la mayoría de las viviendas cuentan con una ubicación en zonas planas con una situación ambiental adecuada.

De manera general, se identificaron amplios espacios de patio y terraza no pavimentados en las edificaciones, que se utilizan para el desarrollo tanto de actividades domésticas como de prácticas culturales. En todo caso, cabe resaltar que la situación ambiental de algunas viviendas se encuentra amenazada por la presencia de antenas de comunicación, mal manejo de los residuos por parte de los vecinos y de una fábrica de ladrillos que opera en el municipio.

Por otra parte, es pertinente describir algunas características encontradas en el municipio que interactúan con sus habitantes, afectando su bienestar biológico, físico, psicológico, social y cultural. En este sentido, sobre el acceso a los servicios de salud, se identificó que todas las personas entrevistadas se encuentran adscritas a una empresa prestadora de salud; aun cuando no se identificaron personas en situación de discapacidad, existen algunos grupos que demandan atención especial por parte de la familia, tal como niños menores de 12 años y adultos mayores.

La tipología de familia identificada con mayor frecuencia es la familia extensa y, en la mayoría de los casos, las personas entrevistadas calificaron las relaciones familiares como armónicas, sin embargo, algunos de los motivos referidos como generadores de conflicto en el hogar son problemas de comunicación. Adicionalmente, en las familias de la mayoría de los participantes encuestados se cuenta con acceso a la educación, incluyendo a los menores de edad que las integran.



No se identificó la presencia de organizaciones, públicas o privadas, que brinden atención psicosocial en el territorio, como tampoco la presencia de programas de esta naturaleza desarrollados en el marco institucional o por fuera de este, a excepción de dos participantes que refirieron haber recibido atención por parte de organizaciones no gubernamentales en temas relacionados con la crianza de sus hijos, describiendo la atención recibida como satisfactoria.

Por otra parte, en relación con la percepción de seguridad, la mayoría de los entrevistados manifestaron no sentirse seguros en su comunidad por causa de dinámicas recientes de pandillismo, la cuales generan eventos de violencia y delincuencia al interior de su comunidad.

Sobre su situación económica, los participantes entrevistados la describieron, con mayor frecuencia, como “Estable” y “Medianamente estable”, sin embargo, la categoría que le sigue en términos de frecuencia es “Muy inestable”. Frente a esto, manifestaron que su fuente de ingreso proviene, generalmente, de negocios propios y del empleo tanto formal como informal de uno o varios de los integrantes del núcleo familiar.

Con relación con las categorías asociadas al proyecto de vida de los participantes de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura, se identificó una visión de corto plazo por parte de la mayoría de los entrevistados, manifestada en la falta de claridad en los objetivos que persiguen con sus proyectos. En este sentido, algunos de los temas referidos con mayor frecuencia como objetivos dentro de los próximos tres años son: el desarrollo de sus prácticas culturales y la formación profesional, las cuales consideran un mecanismo para mejorar la calidad de vida individual y familiar. Mientras que, en lo referente a metas de mediano plazo, los entrevistados no refieren objetivos claros, sin embargo, es posible identificar en esta categoría, la aspiración de lograr estudios a nivel profesional en algunos participantes. Igualmente sucede con la proyección en el largo plazo, siendo en esta categoría la vivienda propia el tema más referido.

En la mayoría de los casos, los participantes establecen fácilmente una relación entre sus proyectos de vida personal y sus familias. Identificando, con cierta dificultad, distintos factores que podrían amenazar su proyecto de vida, tales como: la imposibilidad de satisfacer necesidades básicas y limitaciones en el acceso a la educación formal superior. Sin embargo, existe un porcentaje de los participantes que no advierten la presencia de este tipo de factores.

Como estrategias de afrontamiento, se identificaron principalmente el apoyo familiar y el desarrollo ante la adversidad; que en algunos casos es mediante la expresión artística y, en otros, mediante el desarrollo de la dimensión espiritual, a través del ejercicio de una práctica religiosa.

Adicionalmente, los emprendedores manifestaron en su discurso, de manera general, una alta motivación, habilidades comunicativas, habilidades para trabajar en equipo, tendencia a la confrontación y aceptación ante el riesgo.

### 3.3. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LOS PARTICIPANTES DE LOS LABORATORIOS VIVOS

A través de la información recopilada mediante los instrumentos de fuente primaria, a continuación, se destacan las características generales de los participantes de los Laboratorios Vivos, teniendo en cuenta algunas características socioeconómicas que se presentan a continuación, en la tabla 2.

**Tabla 2. Descripción general de los participantes de los Laboratorios Vivos, en cifras.**

VARIABLE		CLEMENCIA
<b>Género</b>	<b>Masculino</b>	48%
	<b>Femenino</b>	52%
<b>Nivel de escolaridad</b>	<b>Primaria incompleta</b>	0%
	<b>Primaria</b>	4%
	<b>Secundaria incompleta</b>	7%
	<b>Secundaria</b>	45%
	<b>Técnico en curso</b>	3%
	<b>Técnico</b>	41%
<b>Nivel de ingresos</b>	<b>Menos de 1 SMMLV</b>	28%
	<b>1 SMMLV</b>	55%
	<b>2 SMMLV</b>	17%
	<b>Más de 2 SMMLV</b>	0%
<b>Actividades culturales y creativas</b>	<b>Música</b>	36%
	<b>Artesanías</b>	14%
	<b>Pintura</b>	0%
	<b>Audiovisuales</b>	29%
	<b>Literatura</b>	14%
	<b>Danza</b>	7%
	<b>Narración oral</b>	0%
	<b>Otros</b>	0%
<b>Experiencia en la actividad cultural y creativa desarrollada</b>	<b>Menor a 1 año</b>	14%
	<b>De 1 a 3 años</b>	14%
	<b>De 3 a 5 años</b>	14%
	<b>De 5 a 7 años</b>	7%

VARIABLE		CLEMENCIA
	De 7 a 10 años	7%
	Más de 10 años	43%
Problemáticas sociales a impactar, a través de las manifestaciones culturales y creativas de la línea base.	Analfabetismo	7%
	Desplazamiento forzado	0%
	Discriminación racial	0%
	Discriminación social	0%
	Embarazos juveniles	50%
	Medio ambiente	0%
	Orfandad	0%
	Pandillas	14%
	Pobreza extrema	7%
	Otros	14%

Fuente: elaboración propia.

En primera instancia, cabe resaltar que el 48% de las personas encuestada pertenece al género masculino y el 52% al género femenino. Quienes, en su mayoría, viven en unión libre (43%), seguidos por el grupo de solteros(as) (32%), los casados(as) (21%) y viudos(as) (4%). Adicionalmente, en relación con la escolaridad, cabe resaltar que el 45% cuenta con un nivel de secundaria, el 41% con un nivel técnico y el 3% con uno de primaria. En otras categorías, se encontró que el 7% no finalizó el bachillerato y el 3% se encuentra cursando alguna carrera técnica.

Estas personas manejan un nivel de ingresos que oscila principalmente entre cero (0) y dos (2) salarios mínimos mensuales legales vigentes (SMMLV), cuyo valor de referencia corresponde al año 2016 y asciende a la suma de \$689.454. En dicho rango, los niveles más frecuentes corresponden a *menos de 1 SMMLV* (28%) y *1 SMMLV* (55%), seguido por *2 SMMLV* con una participación del 17%.

Por otra parte, la línea base evidencia prácticas culturales y creativas enmarcadas principalmente en la música (36%) y el arte audiovisual (29%), seguidos por artesanías (14%), literatura (14%) y danza (7%). Adicionalmente, se identificaron otras manifestaciones relacionadas con las anteriores, tales como: escultura y tallado en madera, fotografía y medios de comunicación.

Adicionalmente, se identificó que el 71% de las personas encuestadas inició su actividad creativa y cultural por vocación, mientras que un porcentaje menor afirma haber sido motivado por tradición familiar (14%). Otros aseguran que por oportunidad (7%) y desempleo (7%).

En cuanto a la experiencia referida en torno a la práctica de actividades culturales y creativas, se encontró que el 43% de las personas encuestadas manifiestan contar con más de diez (10) años de experiencia, mientras que el 42% de ellas se encuentra en los rangos inferiores a cinco (5) años.

En relación con el impacto potencial que podría generarse a nivel social, a partir de proyectos de emprendimiento cultural y creativo en el marco de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura de Clemencia, se tiene un panorama orientado principalmente a abordar problemáticas relacionadas con las conductas de alto riesgo psicosocial de la población más joven del municipio. Dentro de los cuales, el 50% de las personas encuestadas manifestó como principal problemática en su comunidad el embarazo en adolescentes, seguido del pandillismo con un 14%, lo cual tiene una estrecha relación con los factores mencionados anteriormente y que, a su vez, podría desencadenar otras problemáticas que afecten el tejido social de la comunidad. Todo esto indica que el grupo poblacional más afectado es el juvenil, lo cual requiere especial atención, teniendo en cuenta que representa la mayor parte de la composición etaria del municipio en la actualidad.

Dicho impacto potencial podría desarrollarse principalmente en las comunidades pertenecientes a los barrios que habitan principalmente los participantes del programa de formación en los perfiles de Emprendedores y Actores Sociales, los cuales son: El Bolsillo (21%), Cordialidad (10%), El Milagroso (10%), Caracolí (10%), Casa Grande (10%) y Trébol (7%).

Por otra parte, se realizó un levantamiento de información relacionado con la composición familiar de los emprendedores culturales y se encontró que las cifras relacionadas con estado civil revelan que la mitad de las personas encuestadas se encuentra soltera, seguida por la población casada que constituye aproximadamente un tercio del total de la muestra y que, a su vez, está distribuida en las categorías de matrimonio civil y matrimonio por la iglesia. Por su parte, la categoría de unión libre comparte el mismo porcentaje que las dos anteriormente mencionadas, dejando en último lugar la categoría de separado.

En relación a las cifras sobre la cantidad de hijos por núcleo familiar, aun cuando la mitad de las personas entrevistadas no tiene hijos, un tercio de la muestra manifiesta tener entre tres y cuatro hijos, seguido por la categoría entre uno y dos hijos.

Sobre la variable de dependencia económica, la mitad de la muestra manifiesta no tener ninguna persona que dependa económicamente de ella, sin embargo, un porcentaje muy cercano a éste manifestó tener entre una y tres personas a su cargo, en términos económicos.

Por último, con un porcentaje más reducido, se ubicaron las personas que manifestaron que entre cuatro y seis personas dependen económicamente entre ellos.

Al indagar acerca del número de personas con quienes cohabita, la mitad de las personas entrevistadas respondió que, entre cuatro y seis personas, seguido por la cifra entre una y tres personas y por último un mínimo porcentaje que manifestó vivir solo. Mientras que, en cuanto al tipo de vivienda, la mitad de los participantes tienen una vivienda familiar, seguidos por la categoría de vivienda propia y por último la vivienda subarrendada.

A partir de la descripción previa del contexto psicosocial de los emprendedores culturales y sus características socio-demográficas; es posible realizar un análisis detallado, con el fin de establecer la conexión entre las variables que impactan en su calidad de vida, a partir de un enfoque de desarrollo humano.

Inicialmente, es importante hacer referencia a lo señalado por Olave y Fawaz (2008), quienes afirman que la calidad de vida de las personas depende estrechamente de las condiciones de la vivienda que habita, una vida confortable que facilite el desarrollo de la familia, espacios de privacidad según su tamaño y seguridad. Al respecto, en el municipio de Clemencia fue posible identificar la existencia de viviendas construidas en cemento y algunas vías de acceso adecuadas, lo cual promueve una óptima calidad de vida en los habitantes del municipio. Sin embargo, persisten marcadas falencias que limitan el acceso a los servicios básicos por parte de los habitantes de la comunidad, al igual que factores presentes en su medio ambiente físico, que comportan un alto nivel de riesgo para su salud física; condicionando sus formas de producción, el desarrollo de sus proyectos de vida y, en general, su bienestar físico, social y emocional. Con la atenuante de la presencia limitada de iniciativas institucionales, públicas o privadas, orientadas a resolver las problemáticas sociales de la comunidad y que afectan su calidad de vida.

Lo anterior se complementa con las limitaciones de acceso a una oferta adecuada de servicios domiciliarios tales como: acueducto, alcantarillado, energía eléctrica, telefonía, gas y recolección de basuras; así como el mal estado de espacios públicos tales como: vías, parques, plazas, cementerios, plazas de mercado, estadios deportivos, bibliotecas, la disponibilidad de fuentes de trabajo, disponibilidad de alimentos y comunicaciones. Lo cual, a su vez, se constituye en una posible causa de la existencia de grupos de jóvenes en alto riesgo psicosocial, cuya conducta es referida como la principal causa que afecta la percepción de seguridad de los habitantes del municipio. Ya que, según Zambrano, Muñoz y Vidal (2012), la ausencia de las condiciones señaladas con anterioridad, limita el desarrollo y aprendizaje oportuno de los niños, en relación con normas, formas de relación, habilidades y competencias que les permitan integrarse adecuadamente a la vida social.

Con este panorama, se hace necesaria la intervención institucional y de iniciativas de la sociedad civil que implementen acciones para impulsar la producción de bienes y servicios creativos de mayor calidad e iniciativas con verdadero potencial de transformación social, utilizando la cultura como motor del desarrollo humano local y regional.

### **3.4. DESCRIPCIÓN DE LOS ASPECTOS RELACIONADOS CON EL MERCADEO DE LOS EMPRENDIMIENTOS POTENCIALES**

De manera general, en el municipio de Clemencia se observaron varias actividades comerciales tradicionales con un enfoque moderno, pero no muy competitivo. Adicionalmente, la mayoría de estos se basa en el uso de la tecnología y otros principalmente a la satisfacción de necesidades básicas del mercado, sin propuestas de valor claramente diferenciadas.

A nivel de los participantes del programa de formación de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura, se encontraron iniciativas de emprendimiento dirigidas a las generaciones más jóvenes y que responden al estímulo de tendencias propias del fenómeno de la globalización, como la creación de sitios web, contenidos audiovisuales, programas radiales, productos musicales, así como de gestión de eventos culturales y artistas creativos. Todas ligadas al uso de las tecnologías de la información y la comunicación, así como al desarrollo de eventos como medio de difusión.

A continuación, se describirán algunos aspectos identificados en la comunidad a través de un instrumento de recolección de fuente primaria, mediante entrevista con participantes de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura:

- **Artesanías:** se encontró solo una pareja de compañeros permanentes que trabaja con artesanías. Quienes utilizan materiales a base de totumo, fique, hilo, entre otros propios de la región. Además, presentan diferentes tipos de productos como: balcones, jarrones, manillas, atrapa sueños, mándalas, cuadros, entre otras estructuras.

Al ser pocas las personas que representan las artesanías en el municipio, estas tienen una baja competencia directa a nivel comercial, sin embargo, pero no logran posicionarse; ya que las estrategias comerciales que utilizan no han sido adecuadas. Además, los escasos recursos, la falta de apoyo de entidades, los espacios para aprovechar y hacer muestras de sus productos y los escasos canales de distribución, hacen que su crecimiento o evolución en el mercado no sea tan visible o notoria.

- **Música:** se identificaron representantes del género urbano, un cantautor del género vallenato y un intérprete de música de bandas; cada uno con un carácter típico de la región. En el caso del cantautor vallenato, a pesar de contar con cierta trayectoria musical desde hace varios años, llegando al punto de contar con producciones musicales en el mercado, se encuentra en un estancamiento artístico, manifestado a través de la baja producción o desarrollo de su actividad creativa.

Otro aspecto a mejorar identificado, es que la mayoría de artistas guarda sus creaciones o composiciones desde hace muchos años, sin embargo, esta propiedad intelectual no cuenta con el debido registro o protección de derechos de autor.

El modelo de negocio musical identificado, se basa en la espera de llamadas o invitaciones a eventos donde puedan circular o participar. En este sentido, el mercado musical identificado no evidencia señales de competitividad. A pesar de que las iniciativas, el talento y la disposición están presentes, no se cuenta con el empuje requerido para desarrollarlas y llevarlas a otro nivel.

- **Prácticas culturales cotidianas:** entre estas se destacan la gastronomía, como es el caso de los alimentos que son elaborados con los recursos propios extraídos de la región, como es el caso del maíz. La elaboración de productos alimenticios como el pan y el bollo de mazorca, son algunos de los que se reconocen en el comercio. Además, se encuentra propuesto como idea de emprendimiento por una de las participantes, sin embargo, la falta de creatividad o de iniciativa para la ejecución de estrategias comerciales han limitado el posicionamiento del producto en el mercado.
- **Producción audiovisual:** esta práctica ha tenido mucha acogida, ya que la mayoría de los participantes de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura son muchos jóvenes que demuestran ciertos conocimientos básicos, habilidades y afinidad con las prácticas tecnológicas. Además, se encuentran bajo la influencia de la cultura digital globalizada, lo cual les ha permitido desarrollar habilidades relacionadas con la producción audiovisual fácilmente.

En este sentido se encuentran propuestas audiovisuales, sitios web, blogs y páginas en redes sociales que muestran experiencias o situaciones de su vida cotidiana, transmitidas a través de estos medios para atraer seguidores y reconocimiento a nivel local. Sin embargo, no cuentan con suficientes locaciones adecuadas, por lo tanto, utilizan sus propias viviendas o diferentes lugares dentro del municipio para la producción.

#### 4. EMPRENDIMIENTOS POTENCIALES IDENTIFICADOS

Después de la realización de los talleres de innovación social, estrategias comerciales y proyecto de vida que se ejecutaron en el municipio de Clemencia, se logró identificar el comportamiento de los participantes en torno a los aspectos tratados durante dichos talleres, tales como: el nivel de desarrollo alcanzado y esperado de sus proyectos, el enfoque de innovación social en cada uno de ellos, nivel de preparación y herramientas necesarias para crear estrategias comerciales. Adicionalmente, se identificaron aspectos relacionados con su desarrollo personal, así como competencias clave para el desarrollo de sus proyectos de emprendimiento.

Lo anterior fue posible a través de diferentes actividades realizadas en cada módulo de los talleres antes mencionados, tales como mapeos, donde se identificaron los actores sociales del municipio, las problemáticas presentes en el mismo y las posibles soluciones, así como factores relevantes para la construcción y/o materialización de los proyectos de emprendimiento. Adicionalmente, a través de actividades de clínica de ventas, estudio de casos, meta plan, entre otras, se identificaron aquellas manifestaciones culturales con mayor posibilidad de inserción en el mercado local y proyección hacia los regionales y/o nacionales.

A continuación, se describirán algunos emprendimientos identificados en la comunidad, a través de la socialización de los talleres de emprendimiento con participantes de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura. Dicha descripción se hace según los *dominios culturales* definidos por la UNESCO en el Marco de Estadísticas Culturales (MEC), los cuales representan un conjunto común de industrias, actividades y prácticas culturalmente productivas. Además, y que ofrece una base conceptual que permite evaluar las contribuciones económicas y sociales atribuibles a la cultura (UNESCO, 2009).

##### 4.1. EMPRENDIMIENTOS DEL SEGMENTO DE MEDIOS VISUALES E INTERACTIVOS

De acuerdo con el Marco de Estadísticas Culturales (MEC), desarrollado por la UNESCO (2009), este segmento se denomina “*Medios audiovisuales e interactivos*” e incluye, dentro de sus elementos centrales, lo siguiente:

“La difusión por Radio y Televisión (incluyendo la transmisión de datos por Internet en tiempo real o streaming), Filmes y Videos y los Medios Interactivos. Este último dominio cubre los juegos de video y las nuevas formas de expresión cultural accesibles en Internet o mediante computadoras. En él se incluyen los juegos en línea, los portales y los sitios web diseñados para actividades asociadas con redes sociales como Facebook y el podcasting en Internet tal como YouTube. No obstante, los programas computacionales (software) y las computadoras se consideran como infraestructura o



herramientas destinadas a la producción de contenido y, por lo tanto, deben incluirse en el dominio transversal Equipamiento y Materiales de Apoyo.

- Instituto de Estadística de la UNESCO (2009)

En este segmento, se encuentra **Luis David Zarate**, participante del grupo de formación de Emprendedores, que tiene una propuesta audiovisual basada en una página de Facebook, en la cual retrata aspectos cotidianos que considera relevantes para su comunidad, de manera cómica. Adicionalmente, cabe destacar que Zárate goza de reconocimiento local por el carácter extrovertido de su personalidad; cuenta con un número significativo de seguidores en su página, lo que le ha permitido posicionarse. Además, su proyecto audiovisual es el único que ha alcanzado un nivel de circulación, lo que le permite tener ventajas ante otros competidores locales dentro del mismo segmento.

De igual manera, se encuentra el equipo conformado por **Narlis Noel Altamar, Sol María Castaño Liñán y Miriam Carvajalino**, tres participantes del grupo de Aprendices que tienen una propuesta audiovisual cuyo objetivo consiste en resaltar y mostrar el verdadero valor de las actividades del campo y su riqueza cultural, así como motivar a los jóvenes a apropiarse y difundir este conocimiento ancestral que poco a poco se ha perdido. Actualmente, no existe una propuesta similar en el municipio, como tampoco alguna entidad que promueva este tipo de iniciativas, por lo tanto, a nivel comercial no poseen competencia directa a nivel local.

Por otra parte, existe un equipo de trabajo, integrado por **Luis Carlos Barrios Anaya, Luis Ángel Martínez y Kelly Acevedo**, que tiene como propuesta la realización de un Noticiero Informativo del municipio de Clemencia difundido por redes sociales, mediante el cual buscan informar a los habitantes al respecto de las situaciones positivas y negativas de su localidad. Actualmente, solo se cuenta con una estación de radio comunitaria en el municipio que no cuenta con la mayor sintonía, por lo tanto, estos jóvenes proponen su producto audiovisual como alternativa de información y comunicación para su comunidad.

#### 4.2. EMPRENDIMIENTOS DEL SEGMENTO DE PRESENTACIONES ARTÍSTICAS Y CELEBRACIONES

De acuerdo con el Marco de Estadísticas Culturales (MEC), desarrollado por la UNESCO (2009), este segmento se denomina "*Presentaciones artísticas y celebraciones*" e incluye, dentro de sus elementos centrales, lo siguiente:

Las Presentaciones Artísticas y Celebraciones incluyen todo tipo de eventos culturales en vivo. Las Artes Escénicas comprenden actividades profesionales o de aficionados relacionadas con el teatro, la danza, la ópera y el teatro de títeres. Adicionalmente incluye eventos culturales de celebración (Festivales, Fiestas y Ferias) de carácter local y

que pueden ser de naturaleza informal. Dentro de este dominio, se define la Música en todas sus formas, incluyendo presentaciones grabadas y en vivo, composiciones y grabaciones musicales, música digital (cargas y descargas) e instrumentos musicales.

- Instituto de Estadística de la UNESCO (2009)

En este segmento, se encuentra un cantautor de música vallenata, llamado **José Manuel Correa Villamil**, quien cuenta con una trayectoria musical reconocida que le ha permitido circular algunas producciones musicales a nivel local y regional, sin embargo, actualmente su actividad se encuentra detenida por falta de recursos y apoyos. Adicionalmente, cabe destacar que el participante cuenta con un buen repertorio musical y goza de reconocimiento regional.

Por otra parte, se encuentra el sacerdote **Anibal José Zúñiga**, quien cuenta con una iniciativa para la ocupación del tiempo libre de los jóvenes de su comunidad, mediante espacios de formación musical y técnica vocal que, además, permitan promover valores y principios éticos. Adicionalmente, este proyecto promueve la difusión de las tradiciones y costumbres de la comunidad clemenciera y caribe mediante el rescate y realce de la labor de cantautores, a través de la interacción e intercambio de conocimientos con los jóvenes participantes de los espacios de formación.

#### 4.3. EMPRENDIMIENTOS DEL SEGMENTO DE ARTES VISUALES Y ARTESANÍAS

De acuerdo con el Marco de Estadísticas Culturales (MEC), desarrollado por la UNESCO (2009), este segmento se denomina “*Presentaciones artísticas y celebraciones*” e incluye, dentro de sus elementos centrales, lo siguiente:

El dominio Artes Visuales y Artesanías incluye las Bellas Artes como pinturas, dibujos, esculturas, las Artesanías y la Fotografía. También se incluyen en este dominio los locales comerciales destinados a su exhibición como, por ejemplo, las galerías comerciales. Las Artes Visuales son formas de arte orientadas a la creación de obras de naturaleza visual, cuyo objetivo es apelar al sentido estético y puede expresarse en diversas formas. Las Artesanías son productos producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto terminado... La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, y religiosa o socialmente simbólicas y significativas.

- Instituto de Estadística de la UNESCO (2009)

En este segmento, se encuentra **José de las Mercedes Padilla**, quien cuenta con reconocimiento y la aceptación dentro de su comunidad, sin embargo, reconoce adolece de una buena estrategia comercial y el apoyo de diferentes entidades o instituciones para la circulación de sus productos. Actualmente no tiene competencia directa y su producción depende de una demanda irregular y estacional.

Sus artesanías son elaboradas, desde su casa, a base de fique, totumo y otros materiales naturales extraídos localmente. Sin embargo, solo cuenta con herramientas básicas conseguidas por él mismo, las cuales limitan su nivel de producción y no le permiten alcanzar grandes volúmenes.

Cabe resaltar que el participante cuenta con el apoyo de su compañera permanente, Osiris Vega, quien también es artesana y participante de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura.

#### **4.4. EMPRENDIMIENTOS DEL SEGMENTO DE PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL**

De acuerdo con la convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (UNESCO 2003), este segmento que se denomina “*Patrimonio Cultural Inmaterial*” incluye, dentro de sus elementos centrales, lo siguiente:

“Los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas –junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural”

En este segmento, se encuentran las participantes **Luz Eliana Batista** y **Yuliana Salcedo Ortiz**, tienen una iniciativa consistente en crear un espacio en la comunidad donde principalmente los jóvenes puedan conocer, aprender y elaborar dulces típicos del municipio, cuya tradición se ha perdido por la falta de apropiación cultural. A través de su iniciativa, Yuliana y Luz Eliana, buscan ocupar el tiempo libre de los jóvenes a través de una actividad potencialmente lucrativa que puede aportar al mejoramiento de sus condiciones económicas.

En la actualidad, las participantes elaboran dulces para la venta y, con las utilidades generadas, planean cumplir su sueño de realizar su fiesta de 15 años. Para lo cual, cuentan con el apoyo de sus madres, quienes son las personas más especializadas en la elaboración y distribución de sus dulces típicos a nivel local. Además, es importante destacar que, a través de su historia de vida, Yuliana y Luz Eliana buscan motivar a otras jóvenes de su comunidad a realizar el sueño de realizar su fiesta de 15 años, recaudando fondos con la venta de estos productos.

## 5. ANÁLISIS DE LAS OPORTUNIDADES DE ACCESO AL MERCADO GLOBAL

El presente análisis parte del concepto de Industrias Culturales y Creativas planteado por Unesco (2010), mediante el cual señala que éstas tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial.

Estas actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial, tienen origen tanto en la imaginación, como en la creatividad humana; y los mecanismos para su difusión y comercialización dependen de las formas de comunicación que se desarrollan en cada momento de la historia de la humanidad. La concepción moderna de cultura abarca la estrecha relación y simbiosis que ésta mantiene con la economía y la comunicación, lo cual se encuentra definitivamente influenciado por el fenómeno mundial de la globalización, impulsado por los lineamientos de las políticas neoliberales de finales del siglo XX que fueron adoptados por la mayoría de los países del hemisferio occidental e incluyen una serie de medidas mundializadas, impuestas por el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial (BM), basadas en la libre competencia, la descentralización, la privatización de empresas públicas, la inversión extranjera directa y la apertura de mercados internacionales, entre otras.

De acuerdo con el contexto planteado, los bienes y servicios culturales se encuentran sujetos a regulaciones internacionales en materia comercial, como una mercancía transable que posee características muy similares a cualquier otra. Lo cual ha dado lugar a diversos debates y posturas al respecto del tratamiento que estos deben tener en el marco de las transacciones del comercio internacional, dado que poseen características únicas y excepcionales, representadas principalmente en su valor simbólico<sup>6</sup>. Como en el caso del debate entre Estados Unidos y algunos países europeos, como Francia e Inglaterra, en relación con la llamada “*excepción cultural*”, que propende por dar un trato particular a este tipo de bienes y servicios en el marco de los tratados y acuerdos internacionales.

En todo caso, el único organismo internacional encargado de la regulación mundial por la cual se rige el comercio entre países es la Organización Mundial de Comercio (OMC), cuya función es velar por que el comercio se realice de la manera más previsible, fluida y libre posible. Su accionar y regulación se rige bajo los lineamientos de diferentes acuerdos comerciales, dentro de los cuales se encuentran los siguientes: el Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT, por sus siglas en inglés) y el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (GATS, por sus siglas en inglés); siendo estos los más importantes.

---

<sup>6</sup> Basado en el concepto de capital simbólico (Bourdieu, 2010)

De acuerdo con Rey (2003)<sup>7</sup>, dentro de los aspectos negociables en estos acuerdos, en los que generalmente se tratan temas culturales, son cuatro: 1. Acceso a mercados; 2. Comercio de servicios; 3. Inversión extranjera; 4. Propiedad intelectual. Dentro de los cuales, la propiedad intelectual es quizás el área de acuerdo comercial que mayor impacto tiene sobre las industrias culturales.

A nivel internacional, el acuerdo sobre Aspectos de Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC), rige la comercialización de la propiedad intelectual y protege las siguientes áreas: 1. Derechos de autor y derechos conexos; 2. Marcas de fábrica o de comercio; 3. Indicaciones geográficas; 4. Dibujos y modelos industriales; 5. Patentes; 6. Esquemas de trazado; 7. Información confidencial, y 8. Control de prácticas anticompetitivas en las licencias contractuales (OEI, 2014).

Los estándares de protección mínima de los derechos de propiedad intelectual del ADPIC se encuentran ligados al cumplimiento de las convenciones establecidas en la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI o WIPO, por sus siglas en inglés), además, en la Convención de París para la Protección de la Propiedad Industrial y en la Convención de Berna para la Protección de Obras Literarias y Artísticas (Rey, 2003)<sup>8</sup>.

Sin embargo, los diferentes tratados y acuerdos en materia de comercio internacional han sido ampliamente debatidos, no sólo por el carácter único y excepcional de la cultura, sino por las diferencias y desventajas en las condiciones de libre mercado para los países en vía de desarrollo; las cuales se encuentran enmarcadas principalmente en el hecho de no contar con la infraestructura necesaria para ser competitivos en el mercado de las exportaciones (OEI, 2014).

Como consecuencia de dichos debates y diferencias manifiestas en los acuerdos y tratados internacionales, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - UNESCO (2001) proclamó la *Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural*, con el ánimo de reafirmar que el respeto de la diversidad de las culturas, la tolerancia, el diálogo y la cooperación, en un clima de confianza y de entendimiento mutuos, son uno de los mejores garantes de la paz y la seguridad internacional. Considerando que el proceso de mundialización, facilitado por la rápida evolución de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, pese a constituir un reto para la diversidad cultural crea las condiciones de un diálogo renovado entre las culturas y las civilizaciones. Consciente del mandato específico que se le ha conferido, en el sistema de las Naciones Unidas, de asegurar la preservación y la promoción de la fecunda diversidad de las culturas. Y recordando que en el preámbulo de la Constitución de la UNESCO

---

<sup>7</sup> Citado en: ORGANIZACIÓN DE ESTADOS AMERICANOS – OEI (2014). Cultura y desarrollo económico en Iberoamérica, p.29

<sup>8</sup> *Ibíd.*, p.30

se afirma “(...) que la amplia difusión de la cultura y la educación de la humanidad para la justicia, la libertad y la paz son indispensables a la dignidad del hombre y constituyen un deber sagrado que todas las naciones han de cumplir con un espíritu de responsabilidad y de ayuda mutua”<sup>9</sup>.

Dicho fenómeno de la globalización, acuerdos comerciales y la defensa de la diversidad cultural, no sólo han facilitado el intercambio económico entre países y su rápida interconexión mediante las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), sino que también ha generado una gran expansión del intercambio cultural y la producción de bienes y servicios interculturales, intergeneracionales, interdisciplinarios transnacionales y multiplataforma; en los cuales el usuario o consumidor juega un papel fundamental en la creación y difusión de contenidos a través de diferentes medios, soportes y plataformas tecnológicas de manera combinada, haciendo que los bienes y servicios sean cada vez más atractivos, valorados y demandados. Combinando los deseos, aspiraciones, sentimientos y propósitos de artistas o creadores de los contenidos simbólicos, con las necesidades, deseos y emociones de sus consumidores.

Lo anterior se soporta en los planteamientos de diversos autores, en torno a los conceptos de *narrativa transmedia* o *transmedia storytelling* (Kinder, 1991; Jenkins, 2003; Scolari, 2013), *interactividad* (Neuman, 1991) y *convergencia de medios* (Jenkins, 2006); en los cuales el consumidor, el Internet y, en general, las TIC juegan un papel cada vez más protagónico.

Este diverso y complejo universo de posibilidades que provee la combinación de medios de comunicación y plataformas tecnológicas, ha impulsado la transformación progresiva y cada vez más acelerada de la industria cultural y creativa, migrándola de un contexto de experiencias unidireccionales y de apreciación físico-directa, hacia una experiencia multisensorial que incluye un alto contenido digital.

En el municipio de Clemencia, se encuentran bienes y servicios culturales variados, cuyos creadores se esfuerzan por estar a la vanguardia de estas tendencias mundiales, combinando las expresiones y tradiciones culturales propias de sus comunidades con las TIC, a través de procesos de investigación-creación, para introducir elementos diferenciadores a sus productos culturales y creativos, con un enfoque de innovación social.

Estos productos culturales presentan mayores fortalezas en las etapas proceso del *ciclo cultural* (Unesco, 2009) relacionadas con la creación y la producción. Siendo las etapas posteriores de difusión, exhibición, recepción y transmisión, así como las de consumo y participación, las que mayores oportunidades de mejora presentan.

---

<sup>9</sup> Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural. Recuperado de: [http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=13179yURL\\_DO=DO\\_TOPICyURL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179yURL_DO=DO_TOPICyURL_SECTION=201.html).

A continuación, se despliega el panorama global de oportunidades para cada uno de los potenciales segmentos identificados.

### **5.1. SEGMENTO DE MEDIOS VISUALES E INTERACTIVOS**

La definición de este segmento, planteada anteriormente, incluye una amplia gama de ramas culturales y creativas, que van más allá de la televisión. La cual, según la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión (2010), es considerada el núcleo de esta industria, por su tamaño económico, por la cantidad de regulaciones que le afectan y por el volumen de sus audiencias cotidianas.

León y García Avilés (2000) afirman que las líneas que separaban las fronteras entre la radio, la televisión, la prensa, los ordenadores y otros medios están desdibujándose. Dicha situación, aseguran los mismos autores, ha generado una metamorfosis que, en tanto conserve y amplifique la variedad no podrá ser sino beneficiosa para los usuarios/consumidores, productores/intérpretes, destinatarios últimos de información; sin que esto los exima del riesgo de canibalismo entre sí.

En este sentido, la fusión de distintos medios y contenidos audiovisuales, así como de sus distintas formas de distribución análoga y digital, han permitido la expansión de esta industria a nivel global, introduciendo nuevos desafíos para los diferentes actores del sector, a lo largo de sus distintos eslabones de la cadena de producción. Situándolos en medio de una fuerte tensión positiva entre las preferencias de los consumidores de contenidos o audiencias y la intencionalidad de sus creadores y productores; en cuya intersección ha tenido lugar el surgimiento de distintos fenómenos que buscan dar una respuesta integral a las necesidades y deseos de estos actores de la industria creativa, como en el caso de la narrativa transmedia, la interactividad y la convergencia de medios, mencionados anteriormente. Al igual que la circulación simultánea de dichos contenidos y marcas asociadas en los mercados internacionales, a través de películas, series de televisión, videojuegos, música, juegos y juguetes, entre otros.

Los ejemplos más reconocidos de este tipo de contenidos transmedia a nivel global, están representados en franquicias que han abarcado diversos medios de distribución y comunicación, logrando una circulación y posicionamiento de sus productos creativos a través de libros, películas, seriados de televisión, videojuegos, plataformas web, aplicaciones móviles, entre otros medios audiovisuales y plataformas multimedia, de manera simultánea. Tal es el caso de Harry Potter, saga de libros creada por J.K. Rowling; Star Wars, la saga de ciencia ficción creada inicialmente por George Lucas, posteriormente adquirida y expandida por los estudios Disney en

2012; los cómics de Marvel Worldwide Inc. (Marvel Comics), con su universo surrealista de superhéroes y personajes fantásticos; entre muchos otros.

En Colombia, existen distintas compañías audiovisuales que se han interesado y vinculado a este tipo de contenidos, como es el caso de Rhayuela films, con sus proyectos “Buenaventura mon amour” y “Omm-moo”; al igual que otros proyectos independientes como “Capitán Butrón”, el cual promueve diversos contenidos digitales a través de cuentos, videos animados, radionovelas, recetario de cocina y tienda virtual, alojados en un portal web. Adicionalmente, se encuentra la editorial LuaBooks, especializada en literatura infantil y juvenil, cuyos contenidos circulan a través de distintas plataformas y diferentes formatos como libros, cortos animados y aplicaciones.

También se encuentra el caso de “Susana y Elvira”, un proyecto que inició en 2008 con un blog que cuenta las historias de dos mujeres treintañeras y sus experiencias en torno al amor, el sexo y los hombres. Luego en 2012, pasó a ser una serie web, basada en las historias del blog; hasta lograr la publicación de dos libros impresos en 2014 y un *e-book* o libro electrónico. Además, el proyecto ha recibido distintos galardones y ha hecho parte de la selección oficial de algunos festivales, dentro de los cuales se destacan: Cannes Lions (2014) y Miami Web Fest (2014).

Igualmente, es importante destacar otros proyectos como: “Zambo Dende”, un superhéroe colombiano que enfrenta villanos y vive situaciones basadas en el contexto nacional; y “4Rios”, un cómic interactivo basado en situaciones del conflicto armado en Colombia y que circula a través de medios digitales en línea, exposiciones interactivas y una aplicación móvil.

Por otra parte, es importante resaltar que los avances tecnológicos y las tendencias de consumo en el mercado audiovisual, han llevado a las cadenas tradicionales de radio a sumergirse en el océano de oportunidades que ofrecen las plataformas digitales y la rápida difusión a través de Internet. Tal es el caso de la Corporación Británica de Radiodifusión (British Broadcasting Corporation) o BBC por sus siglas en inglés, que en 2011 cerró su señal de radio para Latinoamérica, transmitida desde 1938, para apostar por el posicionamiento de su oferta de periodismo independiente a través de su sitio web, redes sociales y podcasts.

Bajo esa misma línea, otro impacto significativo de la digitalización en la industria audiovisual, se encuentra el caso de Noruega, que en enero de 2017 se convirtió en el primer país en apagar su señal de radio en frecuencia modulada (FM), reemplazándola por la tecnología DAB (Digital Audio Broadcasting), como parte de un plan de modernización y ahorro iniciado por el ministerio de cultura de ese país en 2005. Con el cual se espera mejorar la calidad de los contenidos, tanto a nivel técnico como creativo, según declaraciones de la ministra de cultura, Thorhild Widvey, en entrevistas concedidas ante distintos medios periodísticos.



En el caso del cine, la televisión y los contenidos en video, la rápida expansión tecnológica en la industria, ha traído nuevos servicios de transmisión multimedia bajo demanda por Internet, conocidos también como *web streaming* (por su nombre en inglés). Cuya expansión se debe, en gran medida, al éxito de la plataforma YouTube, creada en 2005 por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim con el objetivo inicial de almacenar y compartir videos en línea. Luego, en el año 2006 fue adquirida por Google<sup>10</sup> y, a partir de allí, diversificó su oferta de contenidos y firmó acuerdos con empresas productoras de música, cine y televisión para la transmisión de videos musicales, películas y programas completos.

En la actualidad, YouTube cuenta con más de mil millones de usuarios, lo que representa alrededor de un tercio de las personas conectadas a Internet que pueden explorar sus contenidos en 76 idiomas distintos<sup>11</sup>.

Este auge de YouTube, ha llevado a las productoras y cadenas tradicionales de televisión, medios informativos, así como a las productoras y estudios de cine, a crear canales de distribución alternativos en YouTube para sus contenidos audiovisuales. A través de ellos, ofrecen contenidos complementarios o adicionales, con el fin de acercarse e interactuar más con su audiencia.

Adicionalmente, YouTube constituye una plataforma de lanzamiento, posicionamiento y circulación para productores independientes y nuevos creadores. Quienes tienen la posibilidad de exhibir sus creaciones, midiendo claramente su alcance en términos de audiencia e interactuando con la misma, permitiéndole intervenir e influir en el desarrollo de la historia y los personajes. Además, ofrece la posibilidad de monetizar los contenidos mediante publicidad y el cobro de reclamaciones por derechos de autor, así como de una oferta de talleres formativos orientados a brindar apoyo a los creadores de contenidos, con el fin de incrementar sus niveles de calidad y posicionamiento en Internet. Dichos talleres se desarrollan en las instalaciones de los Estudios YouTube, ubicados en Los Ángeles, Nueva York, Londres, Tokio, São Paulo y Berlín.

Dicho escenario de oportunidades digitales para los creadores de contenidos creativos, también llamados “YouTubers”, ha facilitado el surgimiento de una nueva generación de realizadores audiovisuales de diversos niveles profesionales, desde principiantes hasta los más expertos, y en distintas categorías o géneros, tales como: comedia, música, deportes, política, entretenimiento, tutoriales, videojuegos, moda, belleza, ocio, entretenimiento, entre otros.

---

<sup>10</sup> Empresa estadounidense especializada en bienes y servicios de tecnología relacionados con Internet, dispositivos electrónicos, desarrollo de software, entre otros.

<sup>11</sup> Recuperado de: <https://www.youtube.com/yt/press/es-419/statistics.html>. Consultado el 28 de enero de 2017.

Según la revista Forbes, los diez (10) *YouTubers* con mayores ingresos en 2016<sup>12</sup>, alcanzaron la suma total de 70,5 millones de dólares anuales. Dentro de los cuales se destaca el chileno Germán Garmendia, con ingresos anuales de 5,5 millones de dólares y conocido por sus canales de comedia, música y humor en YouTube “HolaSoyGerman”, con más de treinta millones (30.988.183) de suscriptores, y “JuegaGerman” con más de diecisiete millones (17.521.569). Adicionalmente, en abril de 2016 publicó el libro titulado “#Chupaelperro”, el cual ha gozado de mucha aceptación y popularidad, principalmente en el público joven.

Los demás *YouTubers* mencionados en el listado de Forbes, son principalmente comediantes, gamers y músicos. Siendo el sueco Félix Avrid Ulf Kjellberg, quien mayores ingresos generó en 2016, con un total de quince (15) millones de dólares con su canal de reseñas de videojuegos llamado “PewDiePie”, que cuenta con más de cincuenta millones (53.146.857) de suscriptores. Además, en 2015 publicó un libro titulado “This Book Loves You”, el cual ha sido catalogado como un éxito por el mismo autor.

Adicionalmente, se destacan las siguientes personalidades en el listado: Roman Atwood (comedia), Lilly Singh (baile, comedia y canto), Smosh (comedia), Rosanna Pansino (recetas para Geeks y Nerds), Tyler Oakley (activista de la comunidad LGBTI), Markiplier (comedia y videojuegos), Rhett y Link (música y comedia), finalmente, Colleen Ballinger (comedia).

En el caso de los *YouTubers* de habla hispana, aparte de Germán Garmendia, se destacan los siguientes (por sus seudónimos en Internet): Werevertumorro (Méjico), Luisitorey (Méjico), EnchufeTV (Ecuador) y Whatdafaqshow (Perú), en la categoría de comedia; ElRubiusOMG, Vegetta777 y Willyrex (España), en la categoría de videojuegos; Yuya (Méjico), en la categoría de tutoriales, ocio, maquillaje y belleza; por último, DrossRotzank (Venezuela), en la categoría de terror y misterios.

En Colombia, se destacan los siguientes *YouTubers*: Sebastián Villalobos y Juan Pablo Jaramillo, en la categoría de vlogs<sup>13</sup> y entretenimiento; Paula Galindo, en la categoría de moda y belleza; Mario Ruíz, en la categoría de comedia y parodias; finalmente, se encuentran en la categoría de periodismo político y crítico, Daniel Samper (#HolaSoyDanny), María Paulina Baena (La Pulla, del diario El Espectador), Guillermo Prieto (Pirry Sin Censura) y Vicky Dávila (#VickyDavilaDigital).

Sin lugar a dudas, el universo de posibilidades que ofrece Internet para este segmento, se constituye en una gran oportunidad para los emprendedores culturales y creativos de Clemencia, con el fin de cautivar una audiencia masiva y percibir ingresos a través de la

<sup>12</sup> Recuperado de: <http://www.forbes.com.mx/los-youtubers-mejor-pagados-del-mundo-2016/#gs.zn7qLoE>. Consultado el 15 de febrero de 2017.

<sup>13</sup> Expresión utilizada para referirse a un video blog.

circulación de productos audiovisuales que resalten y promuevan la cultura de su comunidad, mezclándola con las tendencias globales en materia audiovisual, para generar contenidos de gran calidad a nivel creativo y técnico.

Para el desarrollo de este segmento en el municipio, se deben implementar procesos orientados al fortalecimiento y profesionalización del oficio creativo a nivel técnico, conceptual (construcción de narrativas) y en materia de gestión. A través de las salas de audio y video de la casa de la cultura municipal se puede lograr esto, ya que se cuenta con la infraestructura necesaria a nivel de equipos, conectividad y atracción de inversión público-privada para convertir a Clemencia en un escenario audiovisual en sí misma. Sin embargo, se requiere de un esfuerzo adicional en materia de políticas públicas y programas de gobierno que permitan expandir las capacidades instaladas, al tiempo que se generan oportunidades para el desarrollo integral de los emprendedores de este segmento.

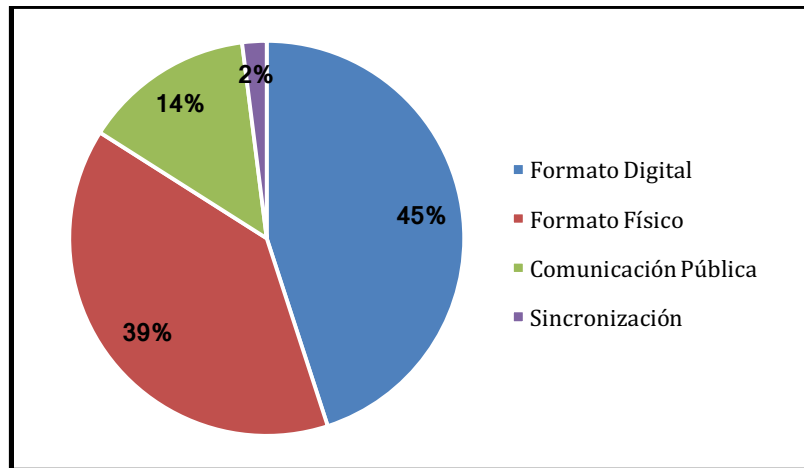
## **5.2. SEGMENTO DE PRESENTACIONES ARTÍSTICAS Y CELEBRACIONES**

La definición de este segmento, planteada anteriormente, incluye la música en todas sus formas, desde presentaciones grabadas y en vivo, composiciones y grabaciones musicales, hasta la música digital (cargas y descargas) e instrumentos musicales. Al igual que las artes escénicas en distintas formas, desde teatro, la danza y la ópera, hasta el teatro de títeres; así como eventos culturales de celebración, tales como festivales, fiestas y ferias.

En este sentido, las oportunidades de este sector se encuentran enmarcadas en el mundo digital, que involucra Internet, y las presentaciones artísticas en vivo; a través de los cuales se ofrece a los consumidores un universo de posibilidades en torno a experiencias, sentimientos, emociones y ambientes interactivos, experienciales, únicos y cada vez más demandados. Donde el fenómeno de la globalización y, en general, las TIC, también juegan un papel fundamental.

De acuerdo con la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI, por sus siglas en inglés), la venta de música en formato digital se convirtió en la principal fuente de ingresos de la música grabada en el año 2015, representando un 45%, y sobrepasando las ventas en formato físico, las cuales participan con un 39%. Seguidos por los ingresos derivados del uso de música grabada por parte de los organismos de radiodifusión y lugares públicos, también conocidos como derechos de comunicación pública, con una participación del 14%; por último, se encuentra los llamados ingresos por sincronización, que corresponden a los provenientes del uso de la música en publicidad, películas, juegos y programas de televisión.

**Gráfico 7. Ingresos globales de la industria musical por segmento en 2015.**



**Fuente:** Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI).

De acuerdo con la misma fuente, los ingresos por música digital han cobrado tanta importancia, que sobrepasan el 50% de los ingresos totales de la industria musical en 19 países, incluyendo a Colombia, Nueva Zelanda, Filipinas y Taiwán. Esta tendencia positiva refleja la adaptación de la industria a los requerimientos del mercado y el esfuerzo de los artistas, sellos discográficos y diferentes actores de la cadena de valor, por alcanzar una audiencia global y superar progresivamente la huella negativa de la reproducción y distribución ilegal de música.

Según IFPI (2016), Latinoamérica tuvo el mayor porcentaje de crecimiento (11,8%) en la industria de la música grabada por quinto año consecutivo, en el año 2015; siendo Brasil y Argentina los países más representativos. Por su parte, la región asiática tuvo el segundo mayor crecimiento (5,7%) con Australia y Corea del Sur como sus principales exponentes. En lo que respecta a Europa, demostró un crecimiento del 2,3% en el mismo año, con la particularidad de que las ventas de discos compactos (CD) en Alemania, siguen siendo dominantes. Finalmente, el mercado norteamericano tuvo un crecimiento del 1,4%, teniendo a Estados Unidos como principal referente, en el cual los canales digitales representaron el 66% del mercado en 2015.

La rápida expansión de la música en formato digital ha sido posible gracias a que, según Pro-Music<sup>14</sup>, existen más de cuatrocientos (400) sitios y plataformas de servicios musicales en línea, con presencia en ciento cincuenta (150) países, que ofrecen la oportunidad de acceder a cerca de veintiséis (26) millones de pistas; los cuales se encuentran registrados en su directorio mundial servicios musicales licenciados y se dividen en diferentes tipos: tiendas de descargas, tales como iTunes, las cuales permiten comprar pistas o álbumes de manera individual en línea; por otra parte, se encuentran los servicios por suscripción, tales como Deezer, Spotify o Apple

<sup>14</sup> Fuente de información en línea que dispone de un directorio internacional de servicios de música digital legal. Disponible en línea: <http://www.pro-music.org/legal-music-services.php>.

Music, los cuales ofrecen acceso desde computadores, tabletas y teléfonos celulares a una vasta librería musical, por un moderado pago mensual; por último, se encuentran los servicios basados en publicidad, los cuales permiten escuchar grandes catálogos de música, legalmente y de forma gratuita, bien sea mediante la reproducción en plataformas de audio, tales como Deezer o Spotify, o en plataformas de video, tales como YouTube o VEVO.

Específicamente en Colombia, los servicios de música legal son los siguientes: en primer lugar, para el caso de descargas se encuentra iTunes, Tigo Music, Claro Música y Codiscos; en el caso de los servicios por suscripción se encuentra Apple Music, Claro Música, Deezer, Napster, Spotify y Tidal; finalmente, para los servicios basados en publicidad se encuentran YouTube, Deezer y Spotify.

Ante la rápida expansión de los servicios digitales de música grabada, han surgido compañías especializadas en este tipo de distribución, que no sólo ofrecen acompañamiento y asesoría relacionada con los aspectos técnicos de la carga de música en línea, sino también un soporte de mercadeo para los artistas de la industria musical que deciden incluir esta fuente de ingresos dentro de su modelo de negocio. Tal es el caso de ONErpm, una compañía estadounidense que ofrece este tipo de servicios y cuenta con presencia, además de su país de origen, en Brasil, Méjico y Colombia.

El cobro de los servicios de distribución digital de ONErpm, se basa en un porcentaje sobre las ventas a los artistas de aproximadamente un 15% o un cobro de treinta dólares (\$30 USD) anuales. De manera complementaria a la distribución a través de las plataformas de descarga y suscripción antes mencionadas, también ofrece la posibilidad de incrementar el posicionamiento musical y realizar ventas directas a través de Facebook, mediante distintas estrategias de mercadeo digital.

En este escenario de distribución de música a través de Internet, YouTube también juega un papel muy importante. Ya que permite a los artistas identificar los contenidos audiovisuales, cargados dentro de la plataforma, que utilicen sus creaciones musicales protegidas por derecho de autor, ofreciéndoles a su vez la oportunidad de reclamarlos o monetizarlos. Lo cual representa una oportunidad de articulación y asociatividad importante para los emprendedores de este segmento con los realizadores o creadores de medios visuales e interactivos, ya que a través de esta plataforma pueden alcanzar un posicionamiento y generación de beneficios económicos, de manera conjunta.

Por otra parte, en el campo de las presentaciones artísticas en vivo, se ha mantenido y expandido la tendencia de consumo de este tipo de espectáculos alrededor del mundo. Siendo estos cada vez más incluyentes, multiculturales y diversos. En el caso de la música, a nivel

internacional se destacan los siguientes festivales: Coachella, Lollapalooza y Bonnaroo en Estados Unidos, Glastonbury en Inglaterra, Rock Werchter y Tomorrowland en Bélgica, así como Roskilde en Dinamarca. Adicionalmente, en Holanda se desarrolla un festival de música caribeña y latina desde 2014, llamado Pal Mundo.

En Latinoamérica, dentro de los grandes festivales musicales se destacan los siguientes: Rock al Parque y Estéreo Picnic en Colombia, Vive Latino y Corona Capital en México, Rock in Rio y Planeta Terra Fest en Brasil, Cosquín Rock en Argentina, así como el tradicional Festival de Viña del Mar en Chile. Adicionalmente, se encuentra la versión latina de Lollapalooza, el cual se ha realizado en Chile, Brasil y Argentina.

En el campo específico de las artes escénicas, a nivel internacional se destacan los siguientes: Festival Nacional de las Artes de Sudáfrica, Festival de Teatro de Aviñón en Francia, Festival de Verano de San Lorenzo de El Escorial y Festival de Otoño a Primavera en España, Festival Internacional de Edimburgo y Festival Fringe en Escocia, Festival Internacional de Artes en Singapur y el Festival de las Artes de Adelaide en Australia. Entretanto, a nivel latinoamericano se destacan: Festival Iberoamericano de Teatro en Colombia, Festival Internacional de Teatro Comunitario Entepola en Chile y el Festival Latinoamericano de Teatro CLT, el cual ha tenido lugar en Argentina, Chile y México.

Adicionalmente, en Colombia, el Ministerio de Cultura apoya la participación de emprendedores culturales en diferentes plataformas de exposición que se realizan a nivel nacional, cuyo objetivo principal es apoyar la circulación y distribución de bienes y servicios culturales producidos en el país. Especialmente para este segmento, estos eventos representan una gran oportunidad para dar a conocer la riqueza cultural y creativa de las distintas regiones del país, dentro de los cuales se destacan los siguientes: Mercado Insular de Expresiones Culturales MINEC (San Andrés), Circularart (Medellín), Mercado Musical del Pacífico (Cali), Mercado Cultural del Caribe (Cartagena) y Bogotá Music Market (Bogotá D.C.).

Para su participación en eventos internacionales, los emprendedores de este segmento también cuentan con el apoyo del Ministerio de Cultura para participar en otros escenarios, tales como: Feria Internacional de la Música en México, Feria Internacional de Músicas del Mundo (Womex) en Alemania, Mercado de Industrias Culturales del Sur (Micsur) realizado en distintos países de Suramérica, Feria Internacional de Buenos Aires (FIBA) en Argentina, MaMa en Francia y Mercado de las Artes Escénicas de Seúl (PAMS, por sus siglas en inglés) en Corea del Sur.

Sin duda alguna, existen diversas oportunidades en este segmento enmarcadas en el uso de Internet y la puesta en escena de espectáculos artísticos en vivo, lo cual constituye en una gran oportunidad para los emprendedores culturales y creativos de Clemencia. A través de Internet,

pueden cautivar una audiencia global y percibir ingresos a través de la circulación de sus productos creativos, mediante música grabada y productos audiovisuales basados en las manifestaciones culturales, costumbres, tradiciones e historia de su comunidad, mezclándolos con tendencias globales de consumo, para lograr ingresos significativos e impulsar el desarrollo de la industria cultural y creativa en su comunidad.

Para el desarrollo de este segmento en el municipio, se deben implementar procesos orientados al fortalecimiento y profesionalización del oficio artístico, tanto a nivel técnico como en materia de gestión. A través de las salas de audio y video de la casa de la cultura municipal se puede lograr esto, ya que se cuenta con la infraestructura necesaria, sin embargo, se requiere de un esfuerzo adicional en materia de políticas públicas y programas de gobierno que permitan expandir las capacidades instaladas, al tiempo que se generan oportunidades para el desarrollo integral de los emprendedores de este segmento.

### **5.3. SEGMENTO DE ARTES VISUALES Y ARTESANÍAS**

La definición de este segmento, planteada anteriormente, incluye pinturas, dibujos, esculturas, las artesanías y la fotografía, así como locales comerciales para exhibición. Específicamente, en el municipio de Clemencia, se encuentran emprendimientos relacionados con las artesanías. Las cuales, no se encuentran exentas de la influencia de las TIC, el pensamiento globalizado y, en particular, los avances tecnológicos en materia de diseño y fabricación asistida por computador.

De acuerdo con los planteamientos de Martínez (2014), uno de los grandes retos que enfrenta el oficio artesanal, de cara a la modernidad, consiste en la actitud del artesano frente a las barreras emocionales y materiales que representan la relación entre la artesanía y la tecnología, entendiéndolo que las TIC, la red o el software no son enemigos de este arte u oficio, sino grandes aliados; ya que permiten añadir características distintivas y valor agregado al producto creativo.

Adicionalmente, las tendencias de consumo de este tipo de bienes artesanales, se encuentran estrechamente ligadas a la personalización, la exclusividad y la fabricación propia. Lo cual ha dado lugar al surgimiento de nuevas formas de producción de bienes artesanales, en los cuales la intervención de las tecnologías duras y blandas (software y hardware) es cada vez más profunda y notoria; sumado a tendencias colaborativas, relacionadas con el intercambio de información y experiencias, bien sea en ambientes físicos o virtuales.

Lo anterior se encuentra respaldado en diferentes movimientos y tendencias sociales en torno al *Fabbing* (Von Der Gracht, 2008), relacionado con la fabricación personalizada de objetos tridimensionales; *Hágalo Usted Mismo* (DIY, por sus siglas en inglés), que consiste en que las personas sean capaces de fabricar sus propios objetos, incluso colectivamente (*Hágalo con otros*

o *DIWO*, por sus siglas en inglés). Adicionalmente, se encuentra la llamada *Cultura Maker*, que representa la habilidad de ser pequeño y al mismo tiempo mundial, artesanal e innovador, así como de alta tecnología y de bajo costo, enfatizando en el aprendizaje colaborativo, la interacción comunitaria, el intercambio de ideas y el uso de las TIC (Chiarella, Martini, Giraldi, Góngora y Picco, 2016).

En Latinoamérica existen algunos casos de estudio en torno a la combinación del oficio artesanal con el uso de nuevas tecnologías de fabricación, en procura de generar un impacto social significativo como valor agregado. Tal es el caso de Aconcagua FabLab y Great Things to People (gt\_2P), en Chile, así como Origen Peregrino y Víctor Freund en Perú. Sin embargo, de acuerdo con Martínez (2014), existen diferentes barreras de tipo económico y formativo que dificultan el desarrollo de esta tendencia de fabricación.

Por otra parte, en relación con las tendencias relacionadas con la fabricación autónoma y personalizada de objetos artesanales, es importante destacar que la *Cultura Maker*, mencionada con anterioridad, tiene especial aceptación en el público joven; gracias a que mezcla las metodologías DIY y DIWO con el uso de herramientas tecnológicas, tanto de fabricación como de información y comunicación. Incluso, de acuerdo Hatch (2013)<sup>15</sup>, cualquier persona puede desarrollar y crear nuevos productos, aportando cambios positivos en la sociedad y obteniendo un beneficio económico por ello.

Todo este movimiento, ha facilitado el surgimiento de espacios de creación y participación colectiva, también llamados Fablabs y Makespaces, que consisten en lugares equipados con las herramientas tecnológicas necesarias para que jóvenes y emprendedores puedan desarrollar llevar a cabo sus ideas, al tiempo que hacen parte de una comunidad y generan cambios sociales en sus comunidades, bajo las premisas de trabajo colaborativo.

En la escena de transmisión del conocimiento y aprendizaje colaborativo, también aparecen las TIC como herramienta fundamental. Ya que, a través de los buscadores o plataformas de contenidos, como Google y/o YouTube, cada vez más personas se suman a la tendencia de búsqueda "*How to*" (en español, "*Cómo*"), referida a la expresión en inglés más utilizada para las búsquedas relacionadas con la forma de hacer algo o de llegar a algún lado. De acuerdo con las estadísticas de Google, en 2015, las búsquedas de instructivos en YouTube aumentaron un setenta por ciento (70%) y se miraron más de cien millones de horas de contenido de videos instructivos en Norteamérica, durante el mismo año<sup>16</sup>.

---

<sup>15</sup> Citado por: MARTÍNEZ (2016). ¿Por qué tienen tanta aceptación los espacios maker entre los jóvenes? Cuadernos de Investigación en Juventud. (1). p 28 – 45.

<sup>16</sup> Recuperado de: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-419/articles/momentos-acciones-hogar-belleza.html>.



Esta simbiosis entre la fabricación de artesanías, transferencia de conocimiento, apropiación social del mismo y aprendizaje colaborativo, sumado al uso de herramientas tecnológicas de fabricación y la mediación de Internet; generan un ambiente favorable de oportunidades de negocio para los emprendedores de este segmento, en la medida que sean capaces de combinar sus conocimientos ancestrales, habilidades y tradiciones, con las tendencias globalizadas que impone el mundo actual. Con esto, podrían vencer múltiples barreras que se presentan en su entorno, por ejemplo, en el caso de Colombia, de acuerdo con el diagnóstico desarrollado por el Ministerio de Cultura, de manera conjunta con la Universidad del Bosque y Artesanías de Colombia, este segmento presenta algunas limitaciones debido a la falta de formación, así como a la escasez de programas especializados. Otra de las barreras radica en la falta de interés por registrar los productos por parte de los creadores, lo cual se traduce en una baja participación de los artesanos en las convocatorias, en parte porque no hay identificación con sus necesidades y capacidades. De igual manera la falta de gestión o de liderazgo entre los representantes de asociaciones en regiones de Colombia hace que se desarticule y pierdan apoyo de las diferentes instituciones.

De acuerdo con el contexto planteado, los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura en Clemencia representan una plataforma ideal para los emprendedores del sector de artes visuales y artesanías, quienes uniéndose a los emprendedores creativos del campo audiovisual del municipio; podrían generar el impulso requerido para el desarrollo de la industria cultural y creativa de su comunidad, en la medida que utilicen las TIC como una ventana de circulación de sus talentos y habilidades para la fabricación de productos artesanales innovadores, que a su vez los impulse comercialmente y logren abarcar mercados nacionales e internacionales.

Para esto, es indispensable fortalecer las capacidades instaladas de los emprendedores con mayor formación a nivel técnico, especialmente en cuanto a los temas de acabados, empaque e imagen visual, así como en materia de gestión. Para esto, es importante que la intervención y articulación de otras entidades públicas y privadas que apoyen el ecosistema de emprendimiento cultural del municipio y generen oportunidades para el desarrollo integral de los artistas visuales y artesanos de la comunidad.

#### **5.4. SEGMENTO DE PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL**

La definición de este segmento, planteada anteriormente, incluye los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas que las comunidades reconocen como parte integrante de su patrimonio cultural. Específicamente, en el municipio de Clemencia se destaca, dentro de este segmento, la fabricación de dulces típicos mediante la combinación de la producción artesanal con los frutos de la naturaleza, representando la estrecha relación entre los habitantes de la comunidad con la naturaleza y sus tradiciones culturales ancestrales.

Con base en los planteamientos de Mintz (2003), es posible afirmar que el consumo de los alimentos no sólo está asociado con una función biológica del ser humano, sino que se encuentra condicionado por su valor simbólico y cultural, así como por las diversas formas humanas para encontrarlos, procesarlos, prepararlos, servirlos y consumirlos; que varían de una comunidad a otra según el contexto, geografía, ecosistema, costumbres e historia.

En este sentido, los emprendedores culturales y creativos de este segmento se enfrentan al reto de preservar y transmitir los elementos característicos de la identidad gastronómica de su comunidad hacia las nuevas generaciones, tanto propias como foráneas. Para lo cual requieren de la articulación de acciones con los sectores creativos relacionados con las TIC y el turismo, entendiéndolas como actividades transversales y dinamizadoras de este segmento.

En primera instancia, la generación y difusión de contenidos audiovisuales en torno a las prácticas cotidianas y ancestrales que envuelven a la fabricación artesanal de alimentos, podría impulsar su posicionamiento y popularidad en un mercado cada vez más global, multicultural e intergeneracional; a través blogs, sitios web, videos y aplicaciones móviles, pueden abarcar un público principalmente joven y adulto. Sumándose a las tendencias sociales de consumo en torno a la fabricación auto-dirigida y personalizada, explicadas en el segmento de artesanías (numeral 5.3.), así como a las de comida saludable e incluso orgánica; lo cual pueden lograr mediante tutoriales, recetarios, micro-documentales, series web, entre otros contenidos audiovisuales.

En la actualidad, se pueden encontrar diversos ejemplos de generación y difusión de contenidos gastronómicos en Internet, como en el caso de Tasty, un canal audiovisual de micro recetas internacionales con una audiencia que supera los ocho millones de seguidores y miles de visualizaciones en las distintas redes sociales que circula como Facebook, Instagram y YouTube. Adicionalmente, se encuentra el caso de Tastemade, que en menos de cinco años ha logrado consolidar una comunidad con más de cien millones de personas, en más de doscientos países, que visualizan sus videos en ocho idiomas, a través de una amplia gama de canales que abarcan las web y las principales redes sociales (Snapchat, Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest y YouTube), aplicaciones en dispositivos móviles (iOS y Android) y de televisión (AppleTV), según información consultada en su sitio web<sup>17</sup>.

Por otra parte, dicho patrimonio inmaterial representa una oportunidad de promocionar al municipio de Clemencia como un destino turístico, a través de la creación de rutas rurales, culturales y gastronómicas. Lo cual, a su vez, representa un motor de desarrollo local mediante

---

<sup>17</sup> <https://www.tastemade.com/>

la dinamización de otras actividades económicas alrededor del turismo. Ya que, de acuerdo con Montecinos (2012)<sup>18</sup>, los turistas gastronómicos son personas que durante sus viajes y estancias realizan actividades fundamentadas en el patrimonio cultural material e inmaterial en lugares diferentes a los de su entorno habitual, con el fin de consumir y disfrutar productos, servicios y experiencias gastronómicas de manera prioritaria y complementaria.

En resumen, los emprendedores de este segmento tienen oportunidades de crecimiento en los mercados de contenidos digitales y del turismo. Sin embargo, requieren de un esfuerzo importante en cuanto a organización y formalización empresarial, así como en la calidad e imagen de sus alimentos de fabricación artesanal. A través de ello, no sólo lograrían un desarrollo individual, sino de toda la industria cultural y creativa del municipio de Clemencia.

También se enfrentan al reto de preservar y transmitir los elementos característicos del patrimonio inmaterial de su comunidad hacia las nuevas generaciones, tanto propias como foráneas, por lo que requieren de la articulación de acciones con los sectores creativos relacionados con las TIC, entendiéndolas como actividades transversales y dinamizadoras de este segmento. Sin embargo, requieren de un esfuerzo importante en cuanto a organización y formalización empresarial, al igual que en la calidad e identidad visual. A través de ello, no sólo lograrían un desarrollo individual, sino de toda la industria cultural y creativa del municipio de Clemencia.

## 6. DESCRIPCIÓN DE LOS POTENCIALES EMPRENDEDORES CULTURALES Y CREATIVOS

A continuación, se presenta una descripción general de los emprendedores culturales y creativos del municipio de Clemencia, quienes participaron en los talleres de innovación social, estrategias comerciales y proyecto de vida.

- **José Correa Villamil.** Personaje oriundo del municipio de Clemencia reconocido por sus coterráneos por su trayectoria musical como cantautor de música Vallenata, aun cuando se tituló como abogado en la universidad del Atlántico. José se considera una persona soñadora y con muchas metas a conseguir, una de ellas es volver a grabar sus canciones y volver a cantar en grandes tarimas con su música. Actualmente, lucha incansablemente por sacar a su familia adelante, compuesta por su esposa y dos hijos, con diferentes iniciativas de emprendimiento que desarrollan desde su casa propia, gracias a que cuentan con un amplio espacio de patio además de ingresos fijos generados por su empleo y el de su esposa.

---

<sup>18</sup> Citado por: MERCADO, P. y REY, P. (2015). Turismo y desarrollo comunitario: la innovación social y seguridad alimentaria como base del desarrollo del producto gastronómico. Revista Méthodos (15), p. 109 - 116.

Su proyecto de vida está enmarcado en posicionar al municipio de Clemencia como un territorio rico en talento artístico, capaz de salir a delante con el patrimonio natural y cultural propio de su región. Adicionalmente, se muestra como una persona muy sociable y tranquila, con aspiraciones de ver crecer a su municipio.

- **Luis David Zarate.** Estudiante de diseño gráfico en la Universidad de Bellas Artes, lidera el proyecto “Revolución Comedy”, el cual cuenta con una página en Facebook con más de mil (1.000) seguidores. Luis es una persona muy sociable y reconocida por su labor de recrear y hacer reír a muchos jóvenes de su comunidad con sus productos audiovisuales, lo cual le hace preocuparse por el bienestar y armonía de su comunidad.

Adicionalmente, desea poder llegar a ser un profesional y desarrollar su carrera de la mejor manera para sacar adelante sus metas y poder colaborar en la situación económica, muchas veces compleja, que enfrenta tanto su familia como el resto del municipio.

- **Lismarys Velazco.** Es una joven de trece años que cursa octavo grado (8º) y se caracteriza por ser muy amable, con ganas de aprender y tratar bien a las personas que la rodean. Las actividades que desarrolla en una semana normal de su vida, consisten en asistir a las clases curriculares y de teatro, compartir con sus amigos, jugar fútbol, cantar y participar en el grupo juvenil de la iglesia, con el que organizan visitas a sectores menos favorecidos de Clemencia.

Lismarys está muy interesada en aprender sobre la cultura y las tradiciones de su municipio para transmitirlos a las nuevas generaciones y contribuir en la construcción de un futuro más favorable para su municipio.

- **Kelly Acevedo.** Joven lectora, amante de la música y del fútbol; a sus 16 años se interesa y se preocupa mucho por el bienestar y el futuro de su comunidad Clemenciera. De hecho, motiva a otros jóvenes para que hagan parte de los diferentes grupos deportivos que existen en el municipio y así ocupar el tiempo libre en asuntos enriquecedores para cada uno. La premisa de Kelly es aprender y hacer todo lo que este a su alcance para lograr sus sueños, al tiempo que ayuda a los demás Jóvenes de Clemencia a que hagan lo mismo. Actualmente convive con sus padres y su hermana melliza, quien es madre de una niña menor de un año edad, producto de un embarazo no planificado.
- **Aníbal Zúñiga.** “El padre Aníbal”, como muy cariñosamente lo conocen en la comunidad, es una persona de mucho agrado para todos, además de ser el párroco del municipio. Llegó a Clemencia en el año 2014 a continuar con su compromiso de vida en torno al sacerdocio,

procurando transmitir mensajes de amor y de paz a su comunidad a través de la palabra de Dios y sus propias experiencias de vida. La principal característica que lo identifica es mostrar una cara amable para todo y siempre estar dispuesto a ayudar y a darle la mano quien más lo necesite.

Su prioridad es ayudar a los jóvenes del municipio a prevenir y librarse de situaciones que puedan limitar su sano y próspero crecimiento. Además, busca rescatar las tradiciones y la cultura de Clemencia por medio del canto, logrando convocar jóvenes para ocupar el tiempo libre aprendiendo a cantar y/o tocar instrumentos musicales. Su consigna personal es la siguiente: “La cultura sin espíritu, está muerta”.

- **Charid Maini Paternina.** Se considera una persona tranquila, algo descomplicada, soñadora innata, defensora de los derechos humanos y los sueños. Alguien que pone el bien de los demás por encima de cualquier cosa, lo cual la hace feliz. Su sueño es lograr que en su municipio la reconozcan por lo que hace y que muchas más personas tengan la iniciativa de cumplir sus sueños, cambiando su modo de ver la vida. Es la hermana mayor de tres, de las cuales dos, a pesar de ser menores de edad, son madres actualmente. Convive con su Madre y su padrastro, con quien constantemente se enfrenta debido al marcado machismo con el que orienta su vida.

Charid busca aportar y rescatar las costumbres que se han perdido en su comunidad con el pasar de años, como escribir una poesía o una carta a mano, la narración oral de historias, las frases, expresar sentimientos libremente, entre otras. Está convencida que a través de la poesía se pueden transformar imaginarios y prácticas, así como evitar que otras adolescentes del municipio de Clemencia corran la misma suerte que sus hermanas quienes debido a un embarazo a temprana edad abandonaron el sueño de lograr una carrera profesional o la de su madre quien vive a la sombra de un hombre que no le ha permitido desarrollar su verdadero potencial. La frase con la que se identifica, es de Antoine de Saint-Exupéry: “Es preciso que soporte dos o tres orugas, si quiero conocer las mariposas”.

- **José de las Mercedes Padilla.** Artesano muy reconocido en su municipio. Desde muy joven se dedicó a la fabricación de diferentes artículos para diferentes usos, tales como: mochilas, cuadros y artículos para el hogar, accesorios para las damas, sombreros, mándalas, atrapa sueños, entre muchas otras cosas más.

José siempre se ha caracterizado por ser una persona muy servicial, a pesar de ser muy tímido, mantiene buenas relaciones con todas las personas que lo rodean. Siempre está buscando la manera de aprender e innovar en sus actividades manuales, sin embargo, no ha tenido el suficiente apoyo para sacarlos al comercio, como él siempre lo ha deseado. Es una

persona muy dedicada a su hogar, en el cual, junto a su esposa e hija, han logrado mantenerse y sacarlo adelante. Es una persona muy optimista y a la vez leal a su municipio, por lo tanto, lucha por ver crecer a todas las personas que a su alrededor intentan sacar adelante sus tradiciones y cultura.

- **Osiris Vega:** Esposa de José de las Mercedes Padilla. Ambos construyen un hogar en donde el apoyo y el amor hacen parte del sostenimiento y la felicidad para continuar y poder alcanzar sus anhelados sueños, sobre la base de una economía estable y un espíritu emprendedor. Osiris es una mujer trabajadora, tiene muchas habilidades para las manualidades, lo cual representa un apoyo para su esposo en la elaboración de los artículos artesanales que venden para el sustento. Además, desde hace muchos años trabaja en la única panadería del municipio, reconocida por la buena calidad de sus productos.

Junto a su esposo, sueña con poder alcanzar su meta personal de desarrollar su proyecto de artesanías y, sobre todo, que sean reconocidos en toda la región. Para lograrlo, mantiene mucha actitud positiva y siempre busca la manera de mostrar su mejor cara ante las adversidades, eso la hace ser muy apreciada por sus coterráneos.

- **Deivideth Ayola.** Se considera a sí misma como alguien con una personalidad altamente definida, gracias a la educación recibida desde pequeña; además, cuenta con grandes cualidades que sobresalen al conocerla, tales como su amabilidad y su cordialidad. Una de sus grandes metas a cumplir es ver el progreso de su municipio y que cada clemenciero aporte un grano de arena para conseguirlo. Admira su tierra y valora lo que hasta ahora ha logrado con esfuerzo y mucha dedicación, además, siempre está dispuesta a aprender y a buscar nuevos retos, pensando siempre en un mejor vivir. Adicionalmente, mantiene buenas relaciones con su vecindario, lo que la hace una persona muy sociable y amigable.
- **Raúl Cabarcas.** Vive en Clemencia desde muy joven con su madre y su hermana, desde ese entonces, ha sido una persona comprometida con su municipio. Actualmente, se desempeña en un cargo público que le permite involucrarse más con las personas de su municipio. Y espera resaltar la cultura de su municipio, aportando sus conocimientos y su experiencia para dar a conocer las riquezas y talentos del municipio. Su meta es lograr contribuir con un proyecto mediante el cual Clemencia sea apreciada y tenida en cuenta para eventos o actividades culturales en Colombia.

## 7. CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta la descripción realizada anteriormente, es posible afirmar que, a nivel psicosocial, en el municipio de Clemencia existen algunas deficiencias estructurales, lo cual se refleja en los ambientes físicos y biológicos. Esto condiciona o limita las formas de producción y el desarrollo de proyectos de vida de manera individual y colectiva, ya que las situaciones que se presentan en la comunidad, pueden amenazar el bienestar físico, social y emocional de la conforman. Igualmente, existen grupos en alto riesgo psicosocial en la comunidad que demandan atención psicosocial urgente para evitar que su situación se agrave, generando problemáticas que puedan afectar el bienestar social de la comunidad.

De manera general, las iniciativas de emprendimiento cultural se plantean como una alternativa para abordar las diferentes problemáticas que afectan a la comunidad, a partir de un enfoque de innovación social. Dentro de las cuales, la mediación de las herramientas TIC cobra especial relevancia, ya que la mayoría de los emprendedores creativos identificados son jóvenes conectados, de cierta forma, con una cultura globalizada; como consecuencia directa de la influencia que recibe de Cartagena D.T. y C., la capital del departamento de Bolívar, debido a su cercanía.

El uso de Internet, así como de los distintos mecanismos de circulación y distribución digital, representa para los emprendedores creativos del municipio de Clemencia, un sin fin de oportunidades de integración, asociatividad y trabajo colaborativo para exponer ante el mundo la cultura de su comunidad y, con ello, generar un posicionamiento, tanto de su propio talento como del municipio; así como percibir ingresos de manera sostenida para contribuir al desarrollo económico de su comunidad, al tiempo que generan procesos de innovación social y sitúan a la cultura como eje fundamental para el desarrollo humano.

Adicionalmente, las actividades culturales y creativas del municipio constituyen una gran oportunidad para el desarrollo de iniciativas en torno al turismo rural. A pesar de que no se identificó con un emprendedor interesado en este tipo de proyectos, el mismo desarrollo de las iniciativas actuales podría despertar el interés de otros emprendedores o de instituciones de fomento y apoyo a la industria cultural y al turismo para hacerlo, contribuyendo así al crecimiento de las demás actividades que giran en torno a la actividad turística, considerándola como una importante dinamizadora en materia comercial y económica.

Para lograr lo anterior, se requiere la participación activa y articulada de las diferentes entidades públicas y privadas que tienen incidencia en la región, en materia de educación, cultura y recreación, para adelantar programas de gobierno y proyectos conjuntos que generen

oportunidades para la expansión de capacidades locales, conectándolas con las tendencias globales de la industria creativa para generar procesos de desarrollo local.

## 8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACADEMIA DE LAS CIENCIAS Y LAS ARTES DE TELEVISIÓN (2010). La industria audiovisual en España. Escenarios de un futuro digital.
- ALBURQUERQUE (2009), "Teoría y práctica del enfoque del desarrollo local", en Desarrollo regional y planificación del territorio, Cuadernos de clase, núm. 01-02, UNAM. pp. 103-116.
- ARANGO y PELÁEZ (2012). *Envejecimiento poblacional en el SXXI: oportunidades, retos y preocupaciones* Córdoba, Argentina.
- CAICEDO (2008), Políticas e instituciones para el desarrollo económico territorial en América Latina y el Caribe. El caso de Colombia, Santiago de Chile, Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (Ilpes).
- CAMARGO (2003). Calidad de vida y capacidades humanas. Bogotá. Colombia.
- CERDA y VERA (2008). Documento de trabajo. Indicadores sociales y marcos conceptuales para la medición social. Chile.
- CHIARELLA, MARTINI, GIRALDI, GÓNGORA, y PICCO (2016). Cultura Maker. Dispositivos, Prótesis Robóticas y Programación Visual en Arquitectura y Diseño para eficiencia energética. Blucher Design Proceedings. (1). p. 961-968.
- CGLU (2010). Documento de orientación política del CGLU: la cultura es el cuarto pilar del desarrollo sostenible. México.
- FAWAZ y VALLEJOS (2011). Calidad de vida, ocupación, participación y roles de género: un sistema de indicadores sociales de sostenibilidad rural (Chile).
- FORONDA y OCAMPO (2007). Estudio de la calidad de vida en Bolivia: Metodología y Medición. Bolivia.



- GARCÍA-VINIEGRAS y GONZÁLEZ BENÍTEZ. (2000). La categoría bienestar psicológico: Su relación con otras categorías sociales. *Revista Cubana de Medicina General Integral. La Habana, Cuba.*
- GOBERNACIÓN DE BOLÍVAR, ICULTUR, y UTADAO. (2014). Implementación de una estrategia para el uso y apropiación de la cultura como generadora de conocimiento e innovación social, a través de laboratorios sociales de investigación y creación en el departamento de Bolívar.
- GÜERE (2010). Hibridación de contenidos y pantallas. Tendencias del consumo de contenidos audiovisuales e interactivos en España en el marco de la convergencia digital. In *Alfabetización mediática y culturas digitales* (p. 113). Universidad de Sevilla.
- HERRERA (2016). Artesanía en Latinoamérica: Experiencias en el contexto de la Fabricación Digital. *Blucher Design Proceedings, 3* (1), p. 426-432.
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE LA UNESCO (2009). Marco de Estadísticas Culturales – MEC. Montreal. Canadá.
- JIMÉNEZ BARBOSA y GONZALES BORRERO (2013). Calidad de vida Urbana: una propuesta para su evaluación. Bogotá. Colombia.
- LIRA y QUIROGA (2003), Técnicas de análisis regional, Santiago de Chile, Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (Ilpes), Dirección de Gestión del Desarrollo Local y Regional.
- LEÓN y GARCÍA (2000). Audiovisual Interactive Information in the Enviroment of Digital Convergence: Development and Key Features. *Communication y Society* 13(2), 141-179.
- MALIK (2013). Informe sobre el desarrollo humano, el ascenso del sur: progreso humano en un mundo diverso. New York, EEUU.
- MARTÍNEZ (2014). Nuevas actitudes y modelos de negocio entre diseño y artesanía. *Revista Digital de Diseño MasD.* (8). Recuperado de: <http://masd.unbosque.edu.co/sites/default/files/art%C3%ADculo3.pdf>.

- MARTÍNEZ (2016). ¿Por qué tienen tanta aceptación los espacios maker entre los jóvenes? Cuadernos de Investigación en Juventud. (1). p 28 – 45. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5698516>.
- MAX-NEFF, ELIZALDE y OPENHAYN (1986). Desarrollo a escala humana: una opción para el futuro. Development Dialogue, número especial, 96 pp. CEPAAUR, Fundación Dag Hammarskjöld.
- MERCADO y REY (2015). Turismo y desarrollo comunitario: la innovación social y seguridad alimentaria como base del desarrollo del producto gastronómico. Revista Méthodos (15), p. 109 - 116.
- MINCULTURA, UNIVERSIDAD DEL BOSQUE y ARTESANÍAS DE COLOMBIA (2014). Tejiendo horizontes del sector artesanal (Diagnóstico y Propuestas). (1). Recuperado de: <http://culturayeconomia.org/pdf/publicaciones/Tejiendo%20Horizontes%20del%20Sector%20Artesanal.pdf>.
- MINCULTURA (2015). Cultura a la medida: Análisis de la Cuenta Satélite de Cultura de Colombia.
- MOLINA, MENDOZA, ORTEGA, OCHOA, BARRAZA, GÓMEZ, ... HERNÁNDEZ. (2017). Tecnologías simbólicas y culturas creativas. La experiencia regional de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura. Cartagena: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- NEUMAN (1991). The future of the mass audience. Cambridge University Press.
- NOGUEIRA (2009). Los derechos económicos, sociales y culturales como derechos fundamentales efectivos en el constitucionalismo democrático latinoamericano. Estudios constitucionales, año 7 No 2, 2009, pp. 143-205, centro de estudios constitucionales de Chile, Universidad de Talca.
- NUSSBAUM (2001). Women and human development: The capabilities approach (Vol. 3). Cambridge University Press.
- NUSSBAUM (2012). *Las mujeres y el desarrollo humano: el enfoque de las capacidades*. Segunda edición. Barcelona: Ed. Herder.

- OLAVE Y FAWAZ (2008). Calidad de vida rural a inicios del siglo XXI: análisis de caso en comunas de la provincia de Ñuble, región del Bio Bío, Chile. *Revista Geográfica*, 29-46.
- ORGANIZACIÓN DE ESTADOS AMERICANOS – OEI (2013). Encuesta latinoamericana de hábitos y prácticas culturales 2013.
- ORGANIZACIÓN DE ESTADOS AMERICANOS – OEI (2014). Cultura y desarrollo económico en Iberoamérica.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD. (2011). Rio political declaration on social determinants of health. Rio political declaration on social determinants of health. pp. 1-7. Rio de Janeiro: World conference on social determinants of health.
- OSORIO y GARCÍA (2017). En Molina Garrido, G. (Ed.). Tecnologías simbólicas y culturas creativas. La experiencia regional de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura. Cartagena: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- SALAS y GARZÓN (2013). La noción de calidad de vida y su medición. *Revista CES Salud Pública* Volumen 4. Medellín. Colombia.
- SEN (2004). *¿Cómo importa la cultura en el desarrollo?* *Revista Diversidad Cultural, Desarrollo Y Cohesión Social*, Vol. (1), pp. 78 - 94. Recuperado de: <http://repositorio.cultura.gob.pe/bitstream/handle/CULTURA/50/Diversidadculturaldesarrollocohesion-social.pdf?sequence=1#page=78>.
- STIGLITZ, SEN y FITOUSSI (2009). Informe de la Comisión sobre la Medición del Desarrollo Económico y del Progreso Social.
- THOMPSON (2002). La metodología de la interpretación. *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*, 2.
- TORÁN, TOLEDO, C y FERNANDEZ-VICENTE (2012). Inteligencia sostenible y artesanía digital. *Revista Deforma Cultura Online*. p. 1-5.
- ZAMBRANO, MUÑOZ y GONZÁLEZ (2012). Variables psicosociales del entorno comunitario asociadas a procesos de desadaptación social en adolescentes: reflexiones a partir de un estudio de caso. Temuco, Chile.