



INFORME DE POTENCIALES EMPRENDIMIENTOS CULTURALES DEL MUNICIPIO DE MARÍA LA BAJA



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, mayo 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 DE MARÍA LA BAJA	12
3.2. DESCRIPCIÓN PSICOSOCIAL DEL MUNICIPIO DE MARÍA LA BAJA	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 EMPRESARIOS POTENCIALES.....	22
4. EMPRESARIOS POTENCIALES IDENTIFICADOS.....	24
4.1. EMPRESARIOS DEL SEGMENTO DE PRESENTACIONES ARTÍSTICAS Y CELEBRACIONES	24
4.2. EMPRESARIOS DEL SEGMENTO DE PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL	26
4.3. EMPRESARIOS DEL SEGMENTO DE MEDIOS VISUALES E INTERACTIVOS	27
4.4. EMPRESARIOS DEL SEGMENTO DE ARTES VISUALES Y ARTESANÍAS.....	28
5. ANÁLISIS DE LAS OPORTUNIDADES DE ACCESO AL MERCADO GLOBAL.....	29
5.1. SEGMENTO DE PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL.....	33
5.2. SEGMENTO DE PRESENTACIONES ARTÍSTICAS Y CELEBRACIONES	35
5.3. SEGMENTO DE MEDIOS VISUALES E INTERACTIVOS.....	39
5.4. SEGMENTO DE ARTES VISUALES Y ARTESANÍAS	43
6. DESCRIPCIÓN DE LOS POTENCIALES EMPRESARIOS CULTURALES Y CREATIVOS	46
7. CONCLUSIONES	49
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	51

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 María la Baja, 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 María la Baja.

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 María la Baja), 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 María la Baja, 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 María la Baja.

2. MARCO TEÓRICO

En aras de lograr una mayor comprensión sobre los potenciales emprendimientos culturales del municipio de María la Baja, 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; PNUD, 2008).

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 Unesco¹ (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

¹ (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).

Según el Departamento Nacional de Planeación (2014)², un 87% de la población de María la Baja se considera pobre multidimensionalmente³, este indicador se ve reflejado en bajos niveles de ingresos, estragos medioambientales causados por el remplazo de los cultivos tradicionales por el monocultivo, específicamente de la palma de aceite y las huellas colectivas e individuales que el conflicto armado ha dejado, agudizadas por la insuficiente acción del estado para reparar a las víctimas y sus familiares, así como en las condiciones de desigualdad en la distribución de la riqueza que caracterizan este contexto.

Adicionalmente, se identificaron variables estructurales que afectan la prestación de los servicios públicos y la calidad de vida de los habitantes del municipio, al igual 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.

El conjunto de situaciones presentes en el contexto 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, a través de la que se especifican mediante las cifras obtenidas a partir de fuentes primarias y secundarias.

3.1. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MUNICIPIO DE MARÍA LA BAJA

El municipio de María la Baja se encuentra ubicado a 73 km. de Cartagena, la capital del departamento de Bolívar. Pertenece tanto a la zona de influencia del Canal del Dique, como a la zona de desarrollo económico y social de los Montes de María. Con un clima tropical seco, una temperatura promedio de 27 °C y a 14 metros sobre el nivel del mar, presenta una humedad relativa que varía entre 75% y 85%. Cuenta con fácil acceso por vía terrestre en la medida en

² Ibíd. p. 54.

³ El índice de pobreza multidimensional identifica múltiples carencias en el nivel de los hogares y las personas en los ámbitos de la salud, la educación y el nivel de vida (PNUD, 2016).

que la zona en la que se encuentra está atravesada por la troncal de occidente y articulada a la troncal del magdalena medio, que a su vez representa una gran ventaja para la comercialización de productos agroindustriales, ganaderos y artesanales (Gobernación de Bolívar, ICULTUR, y UTADDEO; 2014).

En lo referente a los aspectos económicos del municipio, cabe destacar que la ganadería y la agricultura son la base económica del municipio (Secretaría de Planeación y Obras Públicas, 2016)⁴. En este sentido, es importante destacar que el 61,5% de los establecimientos son de corte comercial, el 23,1% se dedican a los servicios y el 15,2% a las industrias (DANE, 2005b)⁵.

El municipio de María la Baja se encuentra situado a la orilla de la carretera que va de Cartagena de Indias a Sincelejo, conocida como la vía a San Onofre. María la Baja está ubicada en la zona noroccidental de Bolívar, en la región Caribe al norte de Colombia, a 14 metros sobre el nivel del mar, con elevaciones que alcanzan los 300 metros (Osorio y García, 2017)⁶. Se compone en un 58,2% de paisaje de piedemonte conocido por ser el mejor suelo para la labor agrícola, le sigue el paisaje de lomerío con un 21,6%, que se entiende como un terreno moderadamente ondulado a escarpado. También se encuentra un paisaje de planicie y paisaje de montaña en menores porcentajes (Secretaría de Planeación de Obras Públicas de María la Baja, 2016)⁷.

En cuanto a algunos aspectos económicos, Osorio y García (2017) citan a la Secretaría de Planeación y Obras Públicas (2016), para afirmar que la ganadería y la agricultura son la base económica del municipio. Sin embargo, resaltan que el cultivo de palma africana ha producido la desaparición de plantaciones nativas, ya que este monocultivo genera procesos erosivos en el suelo y, sin un procesamiento adecuado, puede contaminar los cursos de agua (Movimiento Mundial por los Bosques, 2001)⁸. Según el Municipio de María la Baja (2001), citado por los mismos autores, la introducción de este cultivo se dio el 27 de febrero de 1998, cuando se reunieron los parceleros de Nueva Florida y directivos de la hacienda Las Flores, Prodesarrollo y las Unidades Municipales de Asistencia Técnica (UMATA) de la localidad para implantar este cultivo, reemplazando los de arroz y plátano principalmente.

Por otro lado, Osorio y García (2017) afirman que, las graves consecuencias de la utilización de químicos para el cultivo de la palma de aceite comprometen seriamente la conservación del medio ambiente, la erradicación de ecosistemas, la conservación de la biodiversidad y además

⁴ Ibíd. p. 54.

⁵ Ibíd. p. 54.

⁶ Ibíd. p. 57.

⁷ Ibíd. p. 56 – 57.

⁸ Ibíd. p. 55

contribuye al deterioro de los cuerpos de agua, lo que causaría una desertificación de los suelos en donde se ejecuta la práctica del cultivo.

Por otra parte, estos mismos autores resaltan que, según el DANE (2005), el 61,5% de los establecimientos son de corte comercial, el 23,1% se dedican a los servicios y el 15,2% a las industrias. Y, según la misma fuente, en el año 2014 un 87% de la población se consideraba pobre multidimensionalmente⁹, un 5% de la población tiene cobertura de salud por régimen contributivo y un 95% por subsidiado.

En cuanto a los impactos del conflicto armado, la investigación de Osorio y García (2017) señala que, María la Baja sufrió hostigamientos durante más de 20 años por parte de grupos al margen de la ley, especialmente, las FARC y las AUC, lo que condujo al desplazamiento forzado de sus habitantes, principalmente en las zonas rurales. De acuerdo con datos proporcionados por el Departamento Nacional de Planeación (2014b)¹⁰, la cifra acumulada de personas desplazadas de María la Baja a otros territorios es de 21.333 en el 2013. Por su parte, el número de personas recibidas por el municipio debido a este fenómeno es de 11.605.

Desde un punto de vista histórico, étnico y cultural, cabe destacar que María la Baja es un territorio reconocido como mayoritariamente afrodescendiente, ubicado en la falda de los Montes de María. De acuerdo con las cifras del censo realizado por el DANE en 2005¹¹, el 97,4% de los encuestados se identificó como negro, palenquero, mulato, afrocolombiano o afrodescendiente. En cuanto a las prácticas culturales y creativas locales de María la Baja, Molina, Mendoza, Ortega, Ochoa, et al. (2017), destacan las siguientes: la banda de paz, la banda pelayera, la sabanera o la banda de porros, el bullerengue, la champeta y tejidos de Mampuján.

A continuación, se describen algunos aspectos generales del municipio de María la Baja, 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.

⁹ El índice de pobreza multidimensional identifica múltiples carencias a nivel de los hogares y las personas en los ámbitos de la salud, la educación y el nivel de vida (PNUD, 2016).

¹⁰ *Ibíd.* p. 65.

¹¹ *Ibíd.* p. 62.

Tabla 1. Descripción general del municipio de María la Baja, en cifras.

VARIABLES		DESCRIPCIÓN
Zodes ¹² al que pertenece		Zodes Montes de María
Vías de acceso		Terrestre - Fluvial
Tiempo de viaje estimado desde Cartagena de Indias por medio terrestre		Una hora y media
Habitantes (%)	Hombres	51,5%
	Mujeres	48,5%
N.º total de habitantes 2016		48.439
Tipo de distribución poblacional		Piramidal
Extensión territorial		547 km ²
Distancia desde Cartagena de Indias		73 km
Temperatura promedio (°C)		28 °C
Actividades Económicas	Comercio	61,5%
	Servicio	23,1%
	Industrial	15,2%
Altura sobre el nivel del mar		14 metros
Tierra dedicada al cultivo		Palma africana 9.000 hectáreas
		Arroz 1.400 hectáreas
		Ganado 41.899 cabezas
Índice de pobreza multidimensional		87%
Índice de cobertura en salud	Subsidiado	95%
	Contributivo	5%
	No aseguradas	0%
Disponibilidad del Agua		Abundante
Tipo de suelo		Cenagoso y paisajes piedemonte
Coeficiente de Gini		0,729
Colegios (N.º)		32

¹² Zona de Desarrollo Económico y Social (Zodes): designa municipios que son próximos geográficamente.

VARIABLES		DESCRIPCIÓN
Educación	6 a 10 años	88,1% asiste al colegio
	11 a 17 años	78,8% asiste al colegio
Penetración en Internet		0,8 (2016)
Cobertura bruta en educación		109,80%
Cobertura neta en educación		90,80%
Índice de repitencia		3,38% (2013)
Personas expulsadas en año más representativo		7.380 personas (2001)
Personas recibidas en año más representativo		5.717 personas (2001)
Año con mayores cifras de violencia		2001
Fundadores		Alonso de Heredia
Fecha de fundación		1534 - 1535 – 1548 (fechas aproximadas)
Fecha del primer registro		1857
Infraestructura municipal		Parque central, alcaldía municipal, la Policía Nacional, una iglesia, una plaza en su cabecera municipal, tres parques. Sitios turísticos: La represa de Playón y Matuya, el Volcán de Flamenco y el nacimiento del Arroyo Colú. Cuenta con un cementerio municipal y una cancha de fútbol ubicada en el barrio Las Delicias, un polideportivo sin terminar y un estadio de béisbol en construcción.

Fuente: Elaborado a partir de información de la Gobernación de Bolívar (2015); Alcaldía de María la Baja, Bolívar (2012), DANE (2005a; 2005b; 2013), Secretaría de Planeación y Obras Públicas de María la Baja (2016); 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). Citado en Osorio y García (2017).

3.2. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LOS ASPECTOS PSICOSOCIALES DEL MUNICIPIO DE MARÍA LA BAJA

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 María la Baja. 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 de María la Baja, 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, incluso algunas sin pavimentar.

En relación con el acceso a los servicios públicos, cuenta con servicio de energía eléctrica y alcantarillado, aunque las viviendas no están conectadas a este último, lo cual imposibilita el acceso al servicio, es por esto que, en algunas viviendas aún se almacena agua en tanques de reserva y albercas. Adicionalmente, cuentan con servicio de recolección de basuras.

Por otra parte, en lo referente a las condiciones de habitabilidad observadas en las viviendas visitadas, se observaron construcciones principalmente en cemento, aun cuando persisten algunas estructuras en bahareque. De manera general, se identificaron en las edificaciones amplios espacios de patio y terraza no pavimentados, que se utilizan para el desarrollo de actividades domésticas y prácticas culturales. Además, todas las viviendas visitadas se encuentran ubicadas en zona de planicie, con una situación ambiental adecuada, sin embargo, algunas de las personas entrevistadas manifestaron que el mal manejo de los residuos sólidos por parte de los vecinos y los cultivos de palma que se desarrollan en la zona, están contaminando el ambiente en el que habitan.

Entretanto, es pertinente describir algunas características encontradas en el municipio que afectan a sus habitantes en su bienestar biológico, físico, psicológico, social y cultural. La mayoría de los entrevistados se encuentran adscritos a una empresa prestadora de salud, con excepción de dos casos puntuales. Adicionalmente, dentro de los núcleos familiares de los participantes se identificó sólo una persona en situación de discapacidad y algunos grupos que demandan atención especial, como es el caso de niños menores de 12 años y adultos mayores.

La tipología de familia identificada con mayor frecuencia es la de tipo extensa, seguida por la familia nuclear, en la mayoría de los casos, con relaciones familiares calificadas por los entrevistados como armónicas, sin embargo, se encontraron algunos motivos referidos como generadores de conflicto al interior del hogar son problemas de comunicación y el consumo de sustancias psicoactivas. Además, en la mayoría de las familias de los participantes entrevistados se cuenta con acceso a la educación, incluyendo a los menores de edad que la integran.

Por otra parte, se identificó una presencia mínima de instituciones que brindan atención psicosocial en el territorio, a pesar de que gran parte de la población ha llegado al municipio como consecuencia del desplazamiento forzoso de su territorio y ha sido víctima del conflicto armado. Solo dos de los participantes refirieron haber recibido atención por parte del estado, a través del ministerio de protección social con el programa PAPSIVI, calificando la atención como

insatisfactoria por su corta duración y poca profundidad. En todo caso, no existen iniciativas de organizaciones por fuera del marco de la institucionalidad, en torno a las necesidades de la población y la atención prestada por el estado.

En cuanto a 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, principalmente bajo la modalidad de atraco.

Sobre su situación económica, la mayoría de las personas entrevistadas la describieron como medianamente estable, en contraste con un grupo que la describió como inestable. Adicionalmente, como principal fuente de ingreso refirieron la pensión de un miembro familiar y, en otros casos, empleo formal de uno de los miembros de la familia.

En lo referente a las categorías asociadas al proyecto de vida de los participantes de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura, se identificó una visión cortoplacista por parte de los emprendedores, manifestada a través de la falta de claridad en los objetivos que persiguen. Los objetivos trazados en el corto plazo están relacionados con el desarrollo de su práctica cultural, generación de iniciativas sociales y la formación profesional, como medio para mejorar la calidad de vida de sus familias. En el mediano plazo, aun cuando la mayoría no establece objetivos claros, algunos temas abordados son: el mejoramiento de sus condiciones de vida y la consolidación de sus prácticas culturales como emprendimientos.

En la mayoría de los casos, los participantes logran establecer una relación entre sus proyectos de vida personales y sus familias, siendo las categorías mayormente identificadas como amenaza a los mismos los siguientes: inseguridad constante en su comunidad, cambio en la estructura y relaciones familiares, sumado a la imposibilidad para acceder a la educación formal.

Adicionalmente, de manera general los emprendedores manifestaron en su discurso una alta motivación, habilidades comunicativas, habilidades para trabajar en equipo, tendencia a la confrontación y aceptación frente al riesgo. Además, como estrategias de afrontamiento refirieron: el apoyo familiar, apoyo social y el desarrollo ante la adversidad, mediante la expresión artística o el desarrollo de la dimensión espiritual a partir de una práctica religiosa.

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. Principales características de los participantes de los Laboratorios Vivos de María la Baja, en cifras.

VARIABLE		MARÍA LA BAJA
Género	Masculino	43%
	Femenino	57%
Nivel de escolaridad	Primaria incompleta	3%
	Primaria	7%
	Secundaria incompleta	11%
	Secundaria	36%
	Técnico en curso	0%
	Técnico	32%
Nivel de ingresos	Menos de 1 SMMLV	45%
	1 SMMLV	41%
	2 SMMLV	7%
	Más de 2 SMMLV	7%
Actividades culturales y creativas	Música	44%
	Artesanías	17%
	Pintura	17%
	Audiovisuales	11%
	Literatura	0%
	Danza	0%
	Narración oral	6%
	Otros	6%
Experiencia en la actividad cultural y creativa desarrollada	Menor a 1 año	17%
	De 1 a 3 años	17%
	De 3 a 5 años	11%
	De 5 a 7 años	6%
	De 7 a 10 años	11%
	Más de 10 años	39%
Problemáticas sociales a impactar, a través de las manifestaciones culturales y creativas de la línea base.	Analfabetismo	11%
	Desplazamiento forzado	17%
	Discriminación racial	6%
	Discriminación social	6%
	Embarazos juveniles	28%
	Medio ambiente	6%

VARIABLE		MARÍA LA BAJA
	Orfandad	6%
	Pandillas	11%
	Pobreza extrema	0%
	Otros	11%

Fuente: elaboración propia

En primera instancia, cabe resaltar que el 43% de las personas encuestada pertenece al género masculino y el 57% al género femenino. Adicionalmente, dentro de la muestra seleccionada, el 36% las personas tienen un nivel de escolaridad de secundaria, 32% técnico, 7% primaria y 4% profesional. Sin embargo, existe un porcentaje de personas con niveles escolares incompletos y/o en curso, como en el caso de secundaria incompleta (11%), técnico en curso (7%) y primaria incompleta (4%).

Estas personas manejan un nivel de ingresos que oscila principalmente entre cero (0) y más de (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 1 SMMLV* (44%), seguido por *1 SMMLV* (41%), *2 SMMLV* (7%) y *más de 2 SMMLV* (7%).

Por otra parte, la línea base evidencia prácticas culturales y creativas enmarcadas principalmente en la música (36%), artesanías (17%) y pintura (17%), seguidos por las artes audiovisuales (11%), narración oral (6%) y otros (6%), dentro de los cuales se encuentran: artes plásticas y medicina ancestral.

Adicionalmente, se identificó que el 72% de las personas encuestadas inició su actividad creativa y cultural por vocación, mientras que el 22% afirma haber sido motivado por tradición familiar. Otros aseguran que por oportunidad (6%).

En cuanto a la experiencia referida en la práctica de actividades culturales y creativas, se encontró que el 39% de las personas encuestadas manifiestan contar con más de diez (10) años de experiencia, el 17% de ellas cuenta con una experiencia de cinco (5) a diez (10) años y el 45% de ellas cuenta con una experiencia menor a cinco (5) años.

En lo relacionado 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, se tiene un panorama orientado principalmente a abordar problemáticas

relacionadas con las conductas de alto riesgo psicosocial de la población más joven del municipio. Se considera que, a través de dichos emprendimientos, podrían mitigarse los embarazos juveniles (28%), pandillas (11%) y otros problemas asociados (11%), tales como la ocupación del tiempo libre y la atención de personas en situación de discapacidad. Y la pertinencia de abordar estas problemáticas mediante iniciativas de emprendimiento cultural y creativo, se apoya en los planteamientos de Zambrano, Muñoz y Vidal (2012), quienes 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.

A partir de la descripción previa del contexto psicosocial de los emprendedores culturales y sus características socio-demográficas, es posible establecer una relación tripartita entre las personas, su entorno y sus productos culturales, cuya conexión se encuentra mediada por el concepto de calidad de vida, a partir de un enfoque de desarrollo humano.

Es importante resaltar que se observó una inversión en infraestructura física realizada desde los anteriores modelos de desarrollo, la cual ha generado algunas condiciones que posibilitan el desarrollo de las personas y sus familias. Lo cual se encuentra en concordancia con lo señalado por el PNUD (2013), al anotar que principalmente los países ubicados en el sur del continente reconocen una clara relación positiva entre la pasada inversión en infraestructura física y social y el progreso alcanzado en el índice de desarrollo humano.

Lo anterior es posible evidenciarlo a través de los resultados en torno a la condición vital de una vivienda digna, teniendo en cuenta que, prácticamente todas las viviendas están construidas en cemento y en zonas que no presentan riesgos ambientales, ni sanitarios. Se identificaron amplios espacios de patio y terraza no pavimentados en las edificaciones, que se utilizan para el desarrollo de actividades domésticas y prácticas culturales. Dichos resultados son consecuentes con los planteamientos de García-Viniegras y González Benítez (2000), en la medida en que documentan la relación existente entre la calidad de vida de las personas tanto con la vivienda digna, como con el consumo de bienes y servicios básicos, tales como: alimentación, transporte, salud y educación. Igualmente, 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. Sin embargo, aún persisten falencias tanto en la prestación de servicios públicos, como en los ambientes físicos y biológicos de sus habitantes, lo que condiciona sus formas de producción, el desarrollo de sus proyectos de vida y, de general, el bienestar físico, social y emocional de los integrantes de la comunidad.

Entretanto, el comportamiento de otras variables sociodemográficas, como la edad, constituyen una ventana de oportunidad que vale la pena explorar para favorecer el desarrollo humano y de la comunidad, más aún si se tiene en cuenta la relación positiva que pueda existir entre estas variables y algunas dinámicas propias del municipio de María La Baja, tales como la tipología y dinámica familiar. Dicha estructura etaria principalmente joven representa, a la luz de los planteamientos de Arango y Peláez (2012), una ventana demográfica que aporta fuerza laboral y mano de obra activa, que bien encaminada podría servir de alivio al sistema pensional, educativo y económico. Adicionalmente es importante resaltar que, a través de la presente investigación, ha sido posible identificar la existencia de grupos de jóvenes en alto riesgo psicosocial, que demandan atención en el corto plazo para evitar que su situación se agrave y genere problemáticas que puedan afectar el bienestar social de la comunidad.

De esta manera, es necesario que, desde el marco institucional y de iniciativas de la sociedad civil, se ejecuten acciones para mitigar el efecto de las determinantes sociales de la salud, ya que en la medida de que esto se logre, se estará potencializando 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

Desde una perspectiva mercadológica, en el municipio de María La Baja se encontraron diversas iniciativas de emprendimiento, ligadas a su riqueza cultural. Muchas de estas se iniciaron por tradición familiar o por una vocación que despertada por la misma influencia del entorno.

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. Los cuales se describen a continuación:

- **Artesanías:** no se identificó un gran número de artesanos dentro de los participantes del programa de formación de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura, a pesar de poseer recursos naturales o materias primas para la fabricación de artesanías, los cuales son extraídos de los cultivos característicos de la zona, como en el caso de la caña flecha y el totumo. Las pocas personas que aprovechan dichas riquezas, elaboran objetos para el hogar o para el uso diario de las personas, con un enfoque básico que carece de un enfoque comercial y atributos diferenciadores e innovadores.

Las personas que ejercen este oficio se limitan a producir bienes bajo demanda, pedidos específicos u ocasiones especiales. Varios elaboran sus productos para exhibirlos en sus

propias viviendas, previendo la llegada o visita de alguna persona interesada o referida por alguien más. En este mismo sentido, la proyección de sus costo se vuelve dependiente a la solicitud de los pedidos y a los materiales que puedan adquirir con recursos propios, sin que estos provengan de la misma actividad.

- **Música:** se encontró entre los participantes del programa de formación de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura, un número significativo de personas interesadas en el tema musical, sobre todo en la composición e interpretación de música vallenata y ritmos folclóricos propios de la región, como es el caso del Bullerengue.

Varios de los intérpretes se encuentran en un estancamiento estético, el cual se manifiesta en la baja producción o de desarrollo de su actividad creativa. A pesar de que la gran mayoría guarda sus creaciones o composiciones desde hace muchos años, esta propiedad intelectual no cuenta con el debido registro o protección de derechos de autor.

El modelo de negocio musical identificado está basado 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.

En cuanto a la producción musical, se identificó que, a nivel local, se encuentra centrado en una persona muy reconocida del municipio, quien cuenta con estudios técnicos y la formación adecuada para el oficio, además, un pequeño estudio musical en su propia vivienda en el que cuenta con los recursos mínimos para la producción musical.

- **Prácticas culturales cotidianas:** se encontró entre los participantes del programa de formación de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura, personas interesadas en mantener las costumbres tradicionales que por generaciones se han desarrollado, en beneficio de la comunidad, como es el caso de la siembra de plantas medicinales.

Por medio de esta práctica, se busca mantener aquellas recetas y fórmulas aprendidas por los ancestros para el cuidado de la salud, la piel, el cabello, entre otros. Esto con el fin de fabricar productos naturales basados en los recursos naturales característicos de la zona y proponerlos como alternativa a los producidos comercialmente o de forma masiva en laboratorios químicos. Sin embargo, aún no cuentan con un espacio adecuado, por lo tanto, utilizan sus propias viviendas para la producción de las plantas.

4. EMPRENDIMIENTOS POTENCIALES IDENTIFICADOS

De manera posterior a la ejecución de los talleres de innovación social, estrategias comerciales y de proyecto de vida en el municipio de María la Baja, 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 y 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, también 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 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)

Dentro de este segmento, se cuenta especialmente con la participación compositores del género Bullerengue, tratándose de una manifestación propia de la región. Como en el caso del participante **Oscar Cardozzi**, cantautor de bullerengue y otros géneros, busca alegrar a las personas y generar vínculos afectivos entre ellas, a través de sus composiciones pintorescas y divertidas. Por ser oriundo de la región, conoce diversas problemáticas y dificultades que afectan el desarrollo de su manifestación cultural y no le permiten ser competitivo en un mercado regional y nacional que pareciera ser apropiado para él, ya que se caracteriza por su colorido y diversidad musical. La falta de formación y de oportunidades, han hecho que el participante solo espere ser contactado para eventos específicos, de no tan alto nivel, para representar a su género artístico.

Este gran artista posee con un repertorio de composiciones musicales sin el debido registro de derechos de autor, sin embargo, con un buen trabajo de edición y producción musical, podría organizar un portafolio artístico que se encuentre a la altura de su gran talento.

De igual forma, el participante **Hernando Puentes**, es reconocido en su municipio como cantautor del género vallenato, quien compone canciones inspiradoras y cargadas de mensajes positivos que contribuyen a generar conciencia en torno a diferentes problemáticas de la comunidad, especialmente la paz.

A pesar de su gran potencial y talento, su proyecto musical se encuentra detenido por la falta de formación y la constitución de un grupo musical que le permitan avanzar en esta industria. Tampoco cuenta con el debido registro de derechos de autor de sus creaciones musicales.

Adicionalmente, vale la pena destacar el caso de **Elkin Fuentes**, quien es un participante destacado, ya que cuenta con el único estudio de grabación propio del municipio, dotado con herramientas básicas que, sumadas a su talento, estudios y disciplina, le han permitido atraer y retener artistas interesados en sus servicios de edición y producción de piezas musicales.

Finalmente, encontramos el caso de **Adlay José Cantillo Pérez**, quien a través de su emprendimiento cultural busca rescatar el verdadero valor del oficio musical en el municipio de María la Baja y la identidad musical Afro. Para lo cual propone la creación de un grupo musical para la formación y difusión de la música de raíces afrodescendientes, ofreciendo a su vez una alternativa para la ocupación del tiempo libre de los jóvenes del municipio.

“Transmitir alegría que te transporte al África” es la propuesta de valor de esta propuesta musical, que tiene como ventaja competitiva la fusión lograda entre la cultura, lenguaje e iconografía africana, con los ritmos del caribe colombiano. Además, es importante resaltar que

identifica como potenciales clientes a distintas asociaciones e instituciones que organizan eventos culturales y musicales, como el caso del Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar (ICULTUR), la Gobernación de Bolívar, el Instituto de Patrimonio y Cultura de Cartagena (IPCC) y el ministerio de cultura.

Como complemento a los emprendimientos musicales, también se destaca, en otro tipo de iniciativa, la participante **Yuri Padilla**; quien busca generar a partir de su iniciativa de emprendimiento cultural, una alternativa para la ocupación del tiempo libre de los jóvenes, reconstruyendo el tejido social mediante el rescate de los valores y las costumbres propias de su cultura. Ella misma considera que, a través de representaciones artísticas enmarcadas en la danza-teatro, los jóvenes podrían apropiarse de la riqueza cultural y valores ancestrales del municipio de María la Baja para darlos a conocer al mundo entero.

Como ventaja competitiva, considera que el capital cultural se encuentra incorporado en la esencia de los miembros de su comunidad, pero se necesario hacerlos conscientes de ello para explorar su verdadero potencial. En lo referente a los usuarios potenciales de su iniciativa, identifica a jóvenes víctimas del conflicto entre 12 y 25 años de edad de la comunidad de San José de Playón. Como potenciales clientes identifica instituciones públicas y festivales culturales, principalmente.

4.2. 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”

Además de lo anterior, por las características de los emprendimientos encontrados, se incorpora el segmento de turismo. El cual representa actividades que pueden tener un carácter cultural, aunque su principal componente no lo sea (UNESCO, 2009).

En este segmento se encuentra **Sol Milena Rodríguez**, quien tiene como propósito reconstruir el patrimonio histórico del municipio de María la Baja, mediante la promoción de servicios de turismo cultural que destaquen y hagan atractivas todas sus riquezas paisajísticas, ecológicas y gastronómicas, al tiempo que se recuperen las costumbres y lugares que han sido abandonados

por descuido o falta de apropiación de la cultura de su municipio. Además de contar con una formación universitaria que le otorgan ciertas fortalezas en materia de gestión, Sol Milena posee una idea bien definida y una visión claramente establecida.

Desde otra perspectiva, **Edilberto Sanabria** desea dignificar la condición humana a través de una sepultura digna y la reparación de las víctimas del conflicto armado que afectó a su comunidad en el pasado, permitiendo a sus familias honrar sus restos. Esto lo logrará a través de la reconstrucción del cementerio de su comunidad.

Por otra parte, dentro de este mismo segmento se encuentra **Alexis Pantoja**, cuya propuesta de emprendimiento nace de su preocupación por los bajos niveles de ingresos de los agricultores de su comunidad. Situación que, él mismo expresa, es causada principalmente por la poca modernización en los cultivos de arroz, los bajos niveles de venta, la escasa formación en materia de gestión agrícola y diferentes condiciones del mercado que, sumadas, afectan negativamente la calidad de vida y el oficio de campesino en el municipio de María la Baja.

Para atender estas problemáticas que afectan de manera directa a su comunidad, propone la conformación de una entidad sin ánimo de lucro que represente los intereses de este segmento de la población, al tiempo que promueva diferentes actividades culturales, científicas y tecnológicas, orientadas hacia la investigación, formación y formulación de proyectos, enmarcados en los conceptos de seguridad alimentaria y apropiación social de ciencia, tecnología e innovación, con el fin de generar riquezas colectivas y nuevos productos potencialmente innovadores que promuevan tanto estilos de vida saludable, como el realce de los conocimientos y usos ancestrales en torno a los cultivos del arroz, maíz y yuca.

Adicionalmente, la propuesta de emprendimiento cultural plantea una línea de trabajo dirigida al núcleo familiar campesino, en torno a la ocupación del tiempo libre en actividades productivas, relacionadas con el diseño y elaboración de instrumentos folclóricos, así como de diferentes productos artesanales, utilizando materias primas derivadas de los cultivos antes señalados.

4.3. 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)

Adicionalmente, es importante resaltar que Los Medios pueden definirse como Interactivos cuando: (1) dos o más objetos se afectan mutuamente; (2) el usuario puede inducir un cambio en el objeto o en el entorno (por ej., durante juegos de video); (3) implican la participación activa de un usuario; o (4) se produce un efecto doble en lugar de una simple relación causa-efecto (Canadian Heritage, 2008)¹³.

En este segmento, se encuentra **Yized Pérez**, cuya iniciativa cultural nace de la necesidad de prevenir la, cada vez más frecuente, incursión de los jóvenes del municipio en conductas de alto riesgo psicosocial que generan consecuencias muy negativas como la adicción a sustancias psicoactivas, la afiliación a pandillas o bandas delincuenciales, la deserción escolar, entre otras.

Para abordar esta problemática, esta emprendedora propone la generación de espacios físicos y digitales seguros donde niños, adolescentes y jóvenes puedan interactuar mediante juegos y actividades lúdicas, recuperando y afianzando valores pro-sociales que, entre otros aspectos, los motive a permanecer en la escuela y desarrollar su proyecto de vida.

En la actualidad, Yized se encuentra desarrollando esta actividad, pero no está constituida legalmente y tampoco cuenta con el respaldo de entidades que apoyen este tipo iniciativas. Sin embargo, como ventaja competitiva identifica la ausencia de este tipo de iniciativas y espacios de formación integral para el segmento de la población que pretende abordar, comprendido por niños, niñas y adolescentes. Los cuales, debido a la etapa del ciclo vital en la que se encuentran y a las condiciones de vida que configuran su entorno, presentan un alto nivel de vulnerabilidad.

4.4. EMPRENDIMIENTOS DEL SEGMENTO DE ARTES VISUALES Y ARTESANÍAS

¹³ Citado en: INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE LA UNESCO (2009). Marco de Estadísticas Culturales – MEC. Montreal. Canadá.

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 **Marcela Alvarado**, quien propone a través de su iniciativa de emprendimiento cultural, generar una estrategia a partir del arte para la reconstrucción del tejido social deteriorado por las dinámicas de violencia de género y desplazamiento forzoso causadas por el conflicto armado en el municipio de María la Baja.

A través de una metodología de aprendizaje experiencial, busca que las víctimas de dicho conflicto puedan liberar sus sentimientos reprimidos, utilizando el arte como vehículo. Marcela identifica como ventaja competitiva, que en el municipio no existe ninguna otra iniciativa que busque trabajar la temática abordada desde la pintura.

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 que 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 simbólico¹⁴. Como en el caso del debate entre Estados Unidos y algunos países europeos, como Francia e Inglaterra, frente a 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.

De acuerdo con Rey (2003)¹⁵, 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.

¹⁴ Basado en el concepto de capital simbólico (Bourdieu, 2010).

¹⁵ Citado en: ORGANIZACIÓN DE ESTADOS AMERICANOS – OEI (2014). Cultura y desarrollo económico en Iberoamérica, p.29

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)¹⁶.

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, que 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 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"¹⁷.

¹⁶ *Ibíd.*, p.30.

¹⁷ 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.

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 María la baja, 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, consumo y participación las que mayores oportunidades de mejora presentan.

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

5.1. 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. Las oportunidades para este segmento se enmarcan en la promoción del municipio de María la Baja como un destino turístico, a través de la creación de rutas rurales comunitarias, de tipo cultural, agro-turísticas y gastronómicas, fundamentadas en el patrimonio material e inmaterial como motor de desarrollo local, con el fin de atraer visitantes nacionales e internacionales que consuman los diferentes bienes, servicios y experiencias que ofrecen los diferentes productos culturales y creativos del municipio.

En Europa, por ejemplo, existen diferentes planes turísticos de tipo rural, como en el caso la Ruta del Vino en las Rías Baixas (España), las diferentes rutas del volcán Etna en Sicilia (Italia), las rutas del Monte Olimpo en Chipre, las rutas por las montañas de Varnoutas, Vernon y Voras en Florina (Grecia), al igual que los recorridos por la región de Őrség en Hungría, entre otros.

Por su parte, en Latinoamérica se tiene, entre otras, la ruta de la leche en Argentina, la cual es promovida por PRONATUR¹⁸, las experiencias de agroturismo en las regiones de Maule, Araucanía y Los Lagos en Chile, al igual que las características rutas del vino, los recorridos rurales de Joanópolis en Brasil, basadas en su riqueza hídrica y gastronómica, la ruta de la yerba mate en Uruguay, las distintas rutas del pisco en Perú, la ruta del tequila en Méjico, entre otras.

En Colombia, se tiene el caso de La Ruta del Café, la cual combina diferentes atractivos naturales, artificiales e intangibles que integran el Paisaje Cultural Cafetero Colombiano, declarado por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad en 2011 y conformado por ciertas zonas cafeteras de los departamentos de Caldas, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca, ubicadas en las estribaciones Central y Occidental de la cordillera de los Andes¹⁹. Como destino turístico y cultural, ofrece a sus visitantes una experiencia en torno a la cultura cafetera, incluyendo elementos históricos, agrícolas, cotidianos, gastronómicos, arquitectónicos, paisajísticos, y musicales, entre otros.

De acuerdo con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT), durante el periodo comprendido entre enero y noviembre de 2016, ingresaron cerca de dos millones de extranjeros (2.342272), representando un incremento de 13,78% respecto al año 2015. Los principales países de origen de dichos visitantes extranjeros fueron, en orden, los siguientes: Estados Unidos, Venezuela, Brasil, Ecuador, Méjico, Perú, Argentina, Chile, Panamá y España; siendo

¹⁸ Proyecto Nacional de Turismo Rural

¹⁹ Recuperado de: <http://paisajeculturalcafetero.org.co/contenido/descripcion>.

Bogotá D.C. y los departamentos de Bolívar, Antioquia, Valle del Cauca, San Andrés y Atlántico los principales destinos a nivel nacional. Además, es importante resaltar que el principal motivo de viaje reportado fue el de Vacaciones, Recreo y Ocio, seguido de Negocios y Motivos profesionales.

De acuerdo con los indicadores turísticos reportados por MinCIT, a noviembre de 2016, el departamento de Bolívar recibió más de trescientos mil (336.602)²⁰ visitantes extranjeros por puntos de control migratorio, principalmente aéreo, lo que representa un incremento del 12% respecto al año anterior. Además, recibió más de un millón (1.638.201)²¹ de pasajeros aéreos en vuelos regulares desde distintas ciudades de Colombia, teniendo en cuenta que en dichos vuelos pueden circular tanto visitantes extranjeros como pasajeros nacionales.

Sumado al hecho de que la capital del departamento, Cartagena D.T. y C., es uno de los destinos turísticos más apetecidos del país, la gobernación de Bolívar se encuentra en una labor importante de impulso a esta actividad en el resto del territorio. En la actualidad, impulsa *La Ruta de la Paz*, que consiste en un recorrido por diferentes municipios del departamento que fueron víctimas del conflicto armado en Colombia y que, a pesar de esto, se constituyen importantes referentes de construcción de paz, a través de su potencial cultural, creativo y turístico. Dentro del recorrido se encuentran incluidas las comunidades de Mampuján y San José del Playón, ubicadas en el municipio de María la Baja, así como la emblemática comunidad de San Basilio de Palenque, ubicada en Mahates, y otras comunidades de los municipios de El Carmen de Bolívar y San Juan Nepomuceno.

De manera adicional, la articulación del turismo con las TIC se encuentra enmarcada en el uso de buscadores, redes sociales y diferentes sitios y portales web, por parte de los turistas, con el fin de encontrar información relacionada con la oferta de los destinos, incluyendo precios, sistemas de reserva y pago en línea, hospedajes, alimentación, planes y paquetes, reseñas y contenido generado por parte de otros viajeros, como en el caso del reconocido TripAdvisor²².

Adicionalmente, la generación y difusión de contenidos audiovisuales en torno a las prácticas cotidianas y ancestrales que envuelven su riqueza cultural y natural, podría impulsar su posicionamiento y popularidad en un mercado cada vez más global, multicultural e intergeneracional, a través blogs, sitios web, contenido audiovisual y aplicaciones móviles, pueden abarcar un público principalmente joven y adulto. Sumándose a las estrategias del gobierno nacional relacionadas con el posicionamiento de Colombia como destino turístico para

²⁰ Recuperado de: http://citur.linktic.com/estadisticas/df_viajeros_ciudad_destino/all/2.

²¹ Recuperado de: http://citur.linktic.com/estadisticas/df_pax_aereos_nacionales/all/15.

²² <https://www.tripadvisor.co/>

vacaciones y reuniones a través del sitio web <http://www.colombia.travel/>, el uso de redes sociales y aplicaciones móviles, como parte importante de las campañas de marca país.

En resumen, los emprendedores culturales y creativos de este segmento tienen oportunidades de crecimiento en los mercados del turismo y contenidos digitales, gracias a la riqueza histórica y cultural de su comunidad, lo que representa oportunidades de turismo especializado, de tipo rural, gastronómico, ecológico, entre otros. A través de la articulación con otros segmentos de la industria cultural a nivel nacional, pueden generar una oferta de servicios atractiva para turistas nacionales e internacionales, con una imagen fresca y auténtica, que conecte las capacidades instaladas a nivel local con las tendencias globales en materia de turismo y servicios experienciales.

También se enfrentan al reto de preservar y transmitir los elementos característicos del patrimonio material e 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 María la Baja.

5.2. SEGMENTO DE PRESENTACIONES ARTÍSTICAS Y CELEBRACIONES

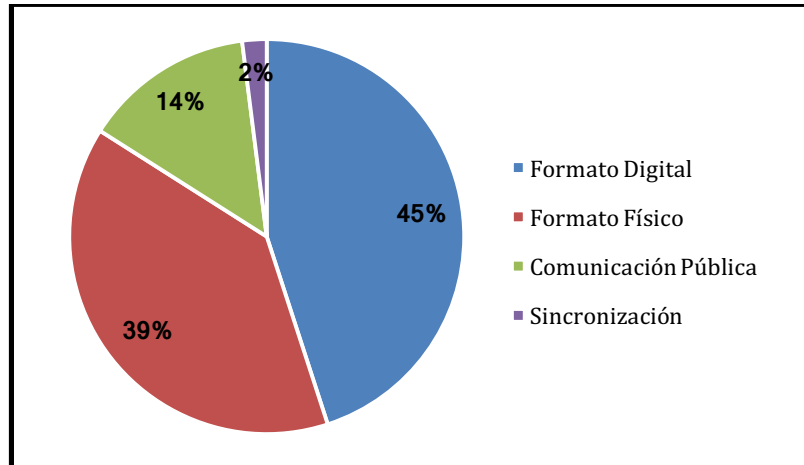
La definición de este segmento, planteada anteriormente, incluye la música en todas sus formas, desde presentaciones grabadas y en vivo, composiciones y grabaciones musicales, hasta la música digital (cargas y descargas) e instrumentos musicales. Además, las artes escénicas en distintas formas, desde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

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 1. 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-Music²³, 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 que se encuentran registradas 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 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,

²³ 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>.

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 Méjico, Rock in Rio y Planeta Terra Fest en Brasil, Cosquín Rock en Argentina y 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 Méjico.

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 Méjico, 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 María la Baja. 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 MEDIOS VISUALES E INTERACTIVOS

La definición de este segmento, planteada anteriormente, incluye una amplia gama de ramas culturales y creativas, lo cual ha facilitado la fusión de distintos medios y contenidos audiovisuales, así como de sus distintas formas de distribución análoga y digital, permitiendo la expansión de esta industria a nivel global e introduciendo nuevos desafíos para los diferentes actores del sector, a lo largo de sus distintos eslabones de la cadena de producción.

Lo anterior, genera 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 ofrecen soluciones integrales, como en el caso de la narrativa transmedia, la interactividad y la convergencia de medios, mencionados anteriormente. Además de 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, seriales 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 Rhayuella 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; “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.

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 Google²⁴ 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 distintos²⁵.

Este auge de YouTube, ha llevado a las productoras y cadenas tradicionales de televisión, medios informativos, 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.

Según la revista Forbes, los diez (10) *YouTubers* con mayores ingresos en 2016²⁶, 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).

²⁴ Empresa estadounidense especializada en bienes y servicios de tecnología relacionados con Internet, dispositivos electrónicos, desarrollo de software, entre otros.

²⁵ Recuperado de: <https://www.youtube.com/yt/press/es-419/statistics.html>. Consultado el 28 de enero de 2017.

²⁶ Recuperado de: <http://www.forbes.com.mx/los-youtubers-mejor-pagados-del-mundo-2016/#gs.zn7qLoE>. Consultado el 15 de febrero de 2017.

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.

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 vlogs²⁷ 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).

Cabe resaltar que este contenido disponible en línea, a través de distintas plataformas y medios digitales, es abierto a todo público y es susceptible de ser observado por personas de cualquier edad, incluyendo niños. Este grupo poblacional aparece en la escena de consumo cultural, influyendo en las decisiones de compra de los adultos y utilizando su dinero en el consumo de productos de diversos tipos, desde comida hasta contenidos digitales.

En Colombia, de acuerdo con Robayo (2011), los niños de nueve (9) a doce (12) años y los adolescentes de trece (13) a diecisiete (17) años, tienden a reconocer y a manejar en su léxico las marcas presentes en los nuevos contextos digitales, refiriéndose a productos tecnológicos y páginas de internet, también a otras que se relacionan directamente con los procesos de socialización con sus pares, por ende, estas marcas tienen mayores oportunidades de crecimiento en este grupo poblacional.

²⁷ Expresión utilizada para referirse a un video blog.

Según el mismo Robayo (2011), el consumo de contenidos digitales en Internet del grupo de niños de nueve (9) a doce (12) años, se encuentra ligado principalmente a los videojuegos y al desarrollo de tareas, para lo cual utilizan al buscador Google como principal herramienta de consulta. En cuanto a los adolescentes de trece (13) a diecisiete años (17), es importante resaltar que prefieren utilizar internet para interactuar con sus amigos a través de las redes sociales, principalmente Twitter y Facebook, así como para visualizar contenidos de entretenimiento musical y audiovisual, a través de YouTube.

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 María la Baja, con el fin de cautivar una audiencia masiva y percibir ingresos a través de la 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 María la Baja 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.

5.4. SEGMENTO DE ARTES VISUALES Y ARTESANÍAS

La definición de este segmento, planteada anteriormente, incluye pinturas, dibujos, esculturas, las artesanías y la fotografía, además, locales comerciales para exhibición. Específicamente, en el municipio de María la Baja, 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, entendiendo 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, de alta tecnología y de bajo costo, también enfatiza 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, al igual que 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, es importante destacar tendencias relacionadas con la fabricación autónoma y personalizada de objetos artesanales, como es el caso de la llamada *Cultura Maker*, mencionada con anterioridad, la cual tiene especial aceptación en el público joven al mezclar las metodologías DIY y DIWO con el uso de herramientas tecnológicas, tanto de fabricación como de información y comunicación. Incluso, de acuerdo Hatch (2013)²⁸, 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

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

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 año²⁹.

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 María la Baja 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.

²⁹ Recuperado de: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-419/articles/momentos-acciones-hogar-belleza.html>.

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.

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 María la Baja, los cuales participaron de los talleres de innovación social, estrategias comerciales y proyecto de vida.

- **Elkin Fuentes.** Elkin es un joven que, pese a las dificultades económicas, ha tenido un desarrollo profesional importante dentro de su comunidad ya que es el único productor musical y arreglista reconocido en la zona y sus alrededores, para lo cual se ha formado en la Escuela de Bellas Artes de Cartagena. Vive en la casa de su abuela, quien lo crió, debido a que sus padres desde hace muchos años tuvieron que emigrar al vecino país de Venezuela en busca de un futuro mejor; allí mismo, se encuentra su estudio de grabación “Tsunami Records”, en donde realiza todo lo que le solicitan, además, graba canciones de su propia autoría.

Es habitante del barrio Las Delicias, en el municipio de María la Baja, y está muy interesado en el desarrollo de su comunidad, así como en apoyar a las personas que tienen talento pero que, por falta de apoyo, no pueden surgir en la industria musical. Por lo tanto, propone crear una organización que se encargue de la difusión y circulación de la música creada por los jóvenes del municipio.

Elkin se describe a sí mismo como una persona sensata y siempre dispuesto a ayudar a quien esté a su alcance.

- **Edilberto Sanabria Puerta.** “El Birbe”, como le llaman y reconocen en su municipio, se ha dedicado la mayoría de su tiempo a pintar murales, práctica que aprendió durante una estadía larga en Venezuela. Adicionalmente, en la actualidad trabaja en la alcaldía del municipio de María la Baja, específicamente en la unidad de atención a víctimas del conflicto armado. Además, es líder de ASOPLAYÓN, una asociación que trabaja en pro de las personas que han sido víctimas del conflicto en el corregimiento de San José del Playón,

problemática que tuvo la oportunidad de vivir en carne propia y que ha convertido en su propósito vital.

Edilberto se caracteriza por ser una persona interesada en reconstruir el tejido social de su municipio e impulsar la cultura que los caracteriza como marialabajenses, para de esta manera hacer memoria histórica con el propósito de dignificar a las víctimas y garantizar que su población no vuelva a vivir este tipo de situaciones.

- **Oscar Cardozi.** Mejor conocido como “Sobrecallo de Colombia” en la comunidad de María la Baja, Óscar Cardozi es bullerengüero y presidente de la Junta de Acción Comunal de Pueblo Nuevo. Es reconocido como cantante y compositor musical, por su gran creatividad a la hora de escribir sus letras, aun cuando su nivel educativo es de noveno grado.

Su última composición se titula el “Deo sobao”, en la cual relata la experiencia de su abuela con los celulares de última tecnología, los cuales, en lugar de tener teclas para marcar, se debe deslizar el dedo sobre la pantalla para utilizarlo.

Además de seducir con sus letras alegres y de poseer una habilidad para componer canciones ante cualquier situación vivida en su cotidianidad, ya sean graciosas o relacionadas con el conflicto armado o el desplazamiento forzado, de los cuales fue víctima. Óscar se caracteriza por ser una persona servicial y leal a su comunidad, que a través de sus letras musicales además de hacerle frente a la escasez de recurso que agobia a su núcleo familiar, aprovecha para generar conciencia en torno a temáticas que considera sensibles e importantes.

- **Eusebio Pérez.** Conocido como “El Mopri”, Eusebio Pérez es un personaje muy reconocido en su comunidad, por ser espontáneo y mantener una buena actitud en todo momento. Es una persona que ha vivido situaciones de vida complejas, asociadas a una crianza marcada por la escasez económica y eventos de violencia al interior del hogar. A pesar de eso, siempre está lleno de esperanzas y confía en que a través de sus letras y su música puede cautivar a todos los que a través de estas conozcan María la Baja.

Ha tenido varios trabajos en su municipio, pero en la música caribeña es donde encuentra su gran pasión, la cual asegura llevar en su sangre por generaciones, ya que, por ejemplo, su primo y su padre fueron parte de una orquesta en la ciudad de Cartagena, en la cual dio sus primeros pasos en la música, cuando le permitían cantar en ella.

Ganador del premio a la mejor canción inédita en un reconocido festival de compositores del departamento de Bolívar, hecho que lo motivó a seguir por ese camino musical que ha venido recorriendo, ahora con el apoyo de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura.

- **Marcela Alvarado de Ruiz.** Dedicada a las artes y su enseñanza, específicamente a la pintura. Es conocida en la comunidad de María la Baja por su espontaneidad y efusividad, se considera a sí misma como una persona emprendedora y creativa. El hecho estudiar por fuera de su municipio y desarrollarse profesionalmente en la capital colombiana, la hace tener una mentalidad abierta y con expectativas de salir adelante.

Marcela está interesada en el bienestar de su comunidad y, sobre todo, en los jóvenes que se encuentran en situación de calle o que están ocupando su tiempo libre en actividades que no le suman a su crecimiento, por lo tanto, desea poder montar un taller de pintura para todas esas personas que quieran aprender y explorar en esas artes.

- **Luz Cenith Torres Romero.** Se define como una mujer afrodescendiente, nacida en Palomar – Magdalena, pero adoptada por María la Baja. Es líder comunitaria de las víctimas de San José del Playón en el barrio de la San José la Pradera, en el cual desea generar espacios de esparcimiento para la unión de las familias y la participación comunitaria, basados en los valores y los buenos modales.

Luz Cenith es madre de familia, trabajadora de campo y leal al municipio de María la baja, donde vivió muchos momentos difíciles durante su niñez, por causa del conflicto armado. Lo cual la hace ser una persona con actitud luchadora y con ganas de superarse.

- **Merlis Guzmán Corbacho.** Habitante del barrio 1º de julio, en el corregimiento de San Pablo en una casa donde funciona un café Internet y vive con su esposo y su hijo menor ya que los otros dos viven en la ciudad Cartagena donde adelantan estudios universitarios. Es una mujer valiente que además es líder del cabildo menor indígena Zenú, adelantado diferentes procesos en favor de estas personas para rescatar sus tradiciones ancestrales y visibilizar su presencia en el territorio.

Adicionalmente, es una mujer que ha sido víctima del conflicto armado y desplazada en dos ocasiones, que se considera a sí misma como una buena ama de casa, una buena mujer. Sus planes a futuro consisten en poder revivir las tradiciones de sus abuelos y lograr transmitirlos a sus comunidades para crear un ambiente más favorable y seguro para vivir.

- **Sol Milena Rodríguez Julio.** Es considerada en su comunidad como una mujer emprendedora y con muchos proyectos significativos para el desarrollo social de María la

Baja. Es madre de familia, profesional, lo que la motiva cada día a llevar a cabo sus proyectos y cumplir sus sueños.

Su filosofía de vida está basada en la unión de la comunidad para salir adelante, progresar y beneficiarse mutuamente. Se considera una mujer risueña, creativa y con muchas habilidades adquiridas en su entorno, por lo tanto, es agradecida con ello. Adicionalmente, tiene muchas expectativas de superarse y poder aportar sus conocimientos a su comunidad.

- **Adlay Cantillo Pérez.** Defensor de la música y la cultura afrodescendiente. Es un adulto joven que se declara como amante de la música y la cultura afrocaribe desde su nacimiento, con los cuales se siente totalmente identificado, por lo tanto, busca rescatar sus sonidos representativos y fusionarlos con los propios de su región.

Adlay trabaja por cumplir su sueño de tener su propia orquesta de música afrocaribeña. Su premisa de vida es: “Trasmitir alegría que transporte al África”. Y al igual que la frase, se considera una persona sonriente, alegre y trabajadora.

Adlay es apreciado y valorado en su comunidad por ser una persona apasionada y llena de mucha energía y actitud positiva para lograr lo que se propone, lo cual lo ha llevado a culminar exitosamente una carrera profesional.

- **Yuri Padilla.** Enfrenta su vida con una sonrisa permanente y la mejor de las actitudes, se considera una mujer muy luchadora, a causa de múltiples sucesos que marcaron su vida en el marco del conflicto armado. Desde muy niña aprendió el valor de la familia, sin embargo, desde entonces vivió distintas situaciones que le iban arrebatando poco a poco a sus seres queridos.

Yuri se considera una mujer de mucha fuerza y nobleza, por lo tanto, busca que las personas que la rodean aprendan y valoren su vida, aprovechándola cada minuto como debe ser. Su gran sueño es ver a su municipio progresar, salir de los conflictos y trabajar juntos por un futuro próspero, donde los jóvenes ocupen su tiempo libre y participen en la reactivación del tejido social y las tradiciones que, por generación, se han ido olvidado. Por lo tanto, considera que, a través de representaciones artísticas como la danza y el teatro, se pueden transmitir mensajes de apropiación de las riquezas culturales y de los valores ancestrales de su municipio.

7. CONCLUSIONES

Luego de analizar los resultados encontrados, es posible concluir que en el municipio de María la Baja existen una serie de fallas estructurales a nivel de garantías y mínimos derechos que el estado debe proveer a sus habitantes, que condicionan y limitan sus formas de producción, el desarrollo de los proyectos de vida y, en general, amenazan el bienestar físico, social y emocional de los integrantes de la comunidad. Adicionalmente, existen grupos en alto riesgo psicosocial que demandan atención en el corto plazo, para evitar que su situación se agrave, generando problemáticas que puedan afectar el bienestar social de la comunidad.

Los emprendimientos culturales identificados, surgen como respuesta a estas problemáticas comunitarias, basados en un enfoque de innovación social para contribuir al mejoramiento de las capacidades humanas de los integrantes de la comunidad, mediante el rescate, valoración y promoción del patrimonio cultural, tanto material como inmaterial.

El uso de Internet y de distintos mecanismos de circulación y distribución digital, representa para los emprendedores culturales del municipio de María la Baja, un universo de oportunidades de integración, asociatividad y trabajo colaborativo entre los distintos actores de la cadena de valor creativo para exponer ante el mundo la cultura de su comunidad y, con ello, generar un posicionamiento, tanto de su propio talento como del municipio, además, percibir ingresos de manera sostenida para contribuir al desarrollo económico de su comunidad.

Adicionalmente, las actividades culturales y creativas del municipio constituyen una gran oportunidad para el desarrollo de iniciativas en torno al turismo rural. A través de esto podrían atraer la atención, interés e inversión de otros emprendedores, empresas turísticas e instituciones de fomento a la industria cultural y al turismo, 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. CEPUR, Fundación Dag Hammarskjold.
- 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/Diversidadculturaldesarrolloycohesion-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.