

**DISEÑO DE UNA AGENDA CULTURAL QUE VISIBILICE LAS  
REPRESENTACIONES SOCIALES DE LA COMUNIDAD AFRO DURANTE LA  
SEMANA SANTA EN POPAYÁN, CON ENFOQUE TERRITORIAL PARA EL  
DESARROLLO SOSTENIBLE DE UN PROYECTO TURISTICO**



**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYÁN  
COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO  
POPAYÁN-CAUCA**

**2019**

**SEMINARIO  
EN PLANEACIÓN ESTRATÉGICA TERRITORIAL Y DISEÑO DE PROYECTOS DE  
DESARROLLO CON ENFASIS EN MARCAS COLECTIVA**



**DISEÑO DE UNA AGENDA CULTURAL QUE VISIBILICE LAS  
REPRESENTACIONES SOCIALES DE LA COMUNIDAD AFRO DURANTE LA  
SEMANA SANTA EN POPAYÁN, CON ENFOQUE TERRITORIAL PARA EL  
DESARROLLO SOSTENIBLE DE UN PROYECTO TURISTICO**

**Trabajo de Grado para obtener el Título de Comunicación Social y Periodista**

**PRESENTADO POR:**

**SERGIO FREYNER CUERO HURTADO**

**PRESENTADO A:**

**DRA. KELLY GIOVANNA MUÑOZ BALCAZAR**  
**Doctora en ciencias Sociales y Políticas**

**DOC. EMILIANO PALACIOS DE LOS REYES**  
**Doctor en Desarrollo Rural**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYÁN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO**  
**POPAYÁN- CAUCA**

**2019**

## **TABLA DE CONTENIDO**

<b>JUSTIFICACIÓN</b> .....	4
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	6
<b>ANTECEDENTES</b> .....	8
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	11
<b>OBJETIVOS</b> .....	20
<b>METODOLOGÍA</b> .....	21
<b>LÍNEA DE ACCIÓN</b> .....	22
<b>CRONOGRAMA</b> .....	23
<b>CONCLUSIONES</b> .....	24
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	25

## JUSTIFICACIÓN

De acuerdo al propósito principal del desarrollo rural, que es el de mejorar la calidad de vida de los territorios, es imprescindible mencionar una de las potencialidades que siempre han estado presentes en él y es el valor que posee como capital ambiental, fuente de recursos naturales, capaces de promover el territorio como un elemento turístico y de generar diversificación de ingresos, enmarcados en el concepto de turismo rural.

Ahora bien, la presente investigación se da con el fin generar un producto de comunicación “agenda cultural con enfoque territorial”, donde se visibilicen las diferentes manifestaciones culturales que se dan durante la semana santa en la ciudad de Popayán y que además de la música, se muestre la gastronomía y se dé a conocer cada lugar de esos territorios afro que tienen una riqueza natural y una cultura muy importante para el Cauca y el resto del país.

Por otra parte, son muchas las tradiciones que puede tener un país, una ciudad o un pequeño pueblo; sin embargo, no limita el alcance que pueda llegar a tener en el resto del mundo. Es la sociedad la cual se encarga de que estas festividades como es la semana santa se convierta en un acontecimiento para la región y para el mundo entero. Con relación a lo anterior para nadie es un secreto que la semana santa en Popayán es una de las más importantes en el mundo y con ello atrae a un flujo de turistas que conlleva a diversas manifestaciones que tiene cada sociedad las cuales causan curiosidad a personas que no se encuentran inmersas en ese mismo contexto social.

Por consiguiente, la agenda cultural nos permitiría dar un diagnóstico de un posible producto turístico centrándose en la semana sagrada, la cual se realiza en todo el mundo, pero en este proyecto se va a encaminar en “la ciudad blanca”, en la cual van a ver diferentes manifestaciones socio culturales y participación de distintas regiones del pacifico, las cuales son: Guapi, Timbiquí, López de micay, entre otras. Así mismo disfrutarán de un ambiente totalmente diferente al que se está acostumbrado y además de eso disgustaría de las diferentes gastronomías y bebidas típicas de las regiones del pacifico colombiano.

La importancia de la comunicación social en este proyecto es fundamental ya que a partir de ella se puede contar con una información pertinente y oportuna para tomar decisiones más acertadas en cuanto a la elaboración de la estrategia; de esta manera la comunicación es necesaria para identificar cuáles son las oportunidades que tiene este producto turístico, las amenazas, las

debilidades de los actores y las diferentes estructuras que se encuentran inmersas como lo es el medio ambiente y otros recursos. Es así como el diagnóstico comunicativo hace parte también de la herramienta general de la comunicación social, ya que esta otorga elementos con los cuales se pueden discernir las posibles falencias, la articulación de actores y la participación.

En alusión a los diferentes sitios turísticos que poseen estas regiones del pacífico, las cuales son conocidas a nivel nacional por ser territorio de convivencia y paz, dichas cualidades no son aprovechadas por los habitantes de estas comunidades, puesto que no existe un plan estratégico de comunicación, con el fin de crear un producto de turismo consolidado que contenga objetivos multidimensionales y que aporte al crecimiento económico con visión a futuro. De esta manera todo lo anterior permitiría realizar un estudio que diagnostique el verdadero potencial de la comunidad en un proyecto turístico.

La importancia de este diagnóstico de comunicación para crear un producto turístico rural, está en el hecho de que estos territorios del pacífico caucano son gestores de convivencia y paz, además de tener este reconocimiento de gestor de paz, sea generador de iniciativas turísticas, teniendo en cuenta que el turismo según el departamento nacional de planeación (DPN):

“ha sido una de las actividades económicas de mayor dinamismo en el país durante los últimos años y se presenta como la tercera generadora de divisas después del petróleo y del carbón. Los componentes del turismo actual se encuentran en un cambio permanente, lo cual se refleja en aspectos económicos, sociales, culturales y ambientales del país” (DNP, s.f.).

Por consiguiente, el turismo rural es fuente dinamizadora de articulaciones en ambas direcciones, en el que se fomenta una recuperación de las manifestaciones culturales y hay una disposición en torno a la defensa del territorio en el foco ambiental. También es fuente de interés de los sectores públicos y privados, que en realidad son los más involucrados en esta temática de proyectos es el gobierno, por la apuesta ambiental y económica al fomento de iniciativas turísticas.

Finalmente, la comunicación social es la base fundamental de la cual tomamos esta investigación porque esta herramienta va a permitir diagnosticar y diseñar un producto turístico, a partir de las necesidades reales de la comunidad, así mismo será eficaz para la promoción y divulgación de las potencialidades del territorio.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo en general es fuente de crecimiento económico para cualquier región del mundo, el crecimiento de la competitividad por los países que le apuestan a esta herramienta de ingreso son cada día más, e incrementan a un más dentro de cada región de los países por lograr atraer a turistas. Según la OMT “El turismo internacional representa el 7% de las exportaciones mundiales de bienes y servicios, tras subir un punto porcentual desde el 6% en 2015. El turismo ha crecido con mayor rapidez que el comercio mundial durante los últimos cinco años” (OMT, 2017, p.2). Las llegadas internacionales a las Américas aumentaron en 7 millones (+3%) en 2016, hasta alcanzar casi los 200 millones, lo que equivale al 16% del total mundial.

En relación a esto el turismo rural, nace precisamente de la necesidad de buscar nuevos destinos, como lo menciona (Pérez, 2008):

“Nos encontramos ante la pérdida progresiva de las estructuras tradicionales, que marcaban el ritmo cotidiano de las sociedades rurales, hoy excluidas y al borde de la sobrevivencia; la deshumanización del fenómeno de la migración; la quiebra de los espacios urbanos convertidos en esferas de lo privado; la ciudad como símbolo del crecimiento caótico y producto de la representación cultural de la modernidad latinoamericana; y el discurso político obsesivo del crecimiento económico sin desarrollo y un uso depredador del medio ambiente” (p.3).

Ahora bien, debido a que en Colombia los estragos de la guerra que duro por más de seis décadas y que ahora continua, pero con menos intensidad, la posibilidad de disponer de herramientas como el turismo de crecimiento a futuro, anteriormente era arriesgado y quizá siga siéndolo en una pequeña proporción, así como las inversiones de capital extranjero también se ven afectados. Desde el punto de vista de (Zambrana,2014):

“El origen del turismo rural puede situarse en el proceso de concentración urbana, uno de los fenómenos más importantes del siglo XX, la población urbana llega a constituirse en un medio artificial y el espacio rural llega a ser el medio natural y el refugio para las insatisfacciones de las ciudades. En la actualidad, un porcentaje importante de la población urbana es atraída por recursos propios del medio rural, tales como el contacto con la naturaleza, entorno no contaminado, tranquilidad o reposo” (p. 2).

Según el Ministerio de Cultura, “han sido declarados como bienes de interés cultural de carácter nacional 1.131 lugares del país, los cuales se encuentran repartidos en 294 municipios y 30 departamentos. La categoría de bien más común en el país es el patrimonio arquitectónico, seguido por el patrimonio urbano y el patrimonio natural” (Planeación, 2005, p.5). Es así que el interés se centra en el patrimonio natural y se puede observar cómo este proyecto de investigación tiende a ser más complejo, puesto que a nivel nacional se ha construido una imagen negativa del sector rural y en especial de los municipios del departamentos del Cauca, que se han visto asociados a la violencia, esto visto desde actores externos desfavorece en un porcentaje elevado las iniciativas de emprendimiento en las regiones afectando directamente la economía, lo que incide directamente en la calidad de vida de sus habitantes.

A nivel departamental, el Cauca sigue siendo una zona estigmatizada como insegura, en especial para actividades de desarrollo público – privado. El departamento ha sido refugio de un sinnúmero de actividades ilícitas como el narcotráfico, conflicto armado y bandas criminales, no obstante, ha tratado de contrarrestar esta opinión destacándose y trabajando por la defensa de los derechos humanos, la protección del medio ambiente, luchas sociales que enmarcan un departamento activo en todas direcciones. Por consiguiente, el potencial natural del Cauca no ha tomado un papel relevante dentro de los planes de desarrollo de carácter turístico, porque se le ha da prioridad a otros proyectos agrarios, forestales, planes de vivienda, etc.; se torna dispendioso potenciar este tipo de proyectos turísticos, ya que habría que darles solución a factores esenciales y brindar condiciones adecuadas como: vías de acceso, transporte, seguridad y manejo de orden público.

A nivel local, en el casco urbano de algunos municipios como: Guapi, Timbiqui, López de micay – Cauca, existe falta de dinamismo por parte de la comunidad, pues no existe iniciativa emprendedora, los actores actúan de forma pasiva, tal vez, a falta de factores como la financiación de proyectos de esta índole que generen otras direcciones focales; es decir, la comunidad es articulada en cierta medida, pero sus miradas están puestas a proyectos de entorno agrario, de infraestructura, la defensa de cultivos ilícitos como forma de sustento, etc.

Desde el área de la comunicación social se puede observar que esta situación es un factor favorable inherente puesto que hace uso de todos los campos desde los cuales se puede aportar al desarrollo de estos proyectos, ya que los medios de comunicación, y en especial el mundo virtual,

se convierte en una plataforma ideal para impulsar emprendimientos y visibilizar nuevas alternativas turísticas, haciendo un manejo óptimo de información. Así lo expresa Fernández (2006), haciendo énfasis en el tema:

“Es importante destacar como hoy en día, Internet se ha convertido en una importante herramienta de información y comunicación para ayudar al turista a decidir su destino final. Por eso es primordial, que las distintas comunidades autónomas en este país sean conscientes de que una buena página web de la comunidad, de la ciudad, del pueblo, del evento, etc., muchas veces es fundamental para que el turista tome su decisión final” (p.6).

Adicional, la comunicación no solo desde el punto de la promoción y divulgación es fundamental, sino que también, forma actores dispuestos y con canales de comunicación fuertes para lograr articulación, lo que genera un potencial de lo interno hacia lo externo; ver cómo las nuevas dinámicas en la innovación tecnológica ayudan a construir un ideal, favorece hoy en día, porque lleva el mensaje a través de herramientas o en lo que llamamos canales. Para definir los canales se necesita incluir dentro de la parrilla estratégica todo lo referente al entorno digital, puesto que de esa manera la información es más fácil medirla, y, por tanto, el alcance de la estrategia.

Por lo anterior, este proyecto busca generar una agenda cultural que visibilice los encuentros culturales que se realizan durante la semana santa en Popayán, con base al concepto de turismo rural, por tanto, la comunicación estratégica fomenta lo cultural, lo ambiental y lo social, debido a las características que tiene esta comunidad y los espacios naturales en los que se sitúan. Se busca promover dentro del turismo rural los elementos de carácter históricos, que han significado para el país una transición como lo fue el proceso de paz y convivencia que se han gestionado a nivel local.



## ANTECEDENTES

La Defensoría del Pueblo (2016), da a conocer que “La subregión pacífica caucana está comprendida por los municipios de Guapi, Timbiquí y López de Micay. Estos territorios tienen en común un contexto histórico, ecológico, económico y político de su población y están aislados por su ubicación geográfica en zonas marítimas, llanas y separada por la cordillera occidental de los centros administrativos y urbanos del Cauca, Nariño y Valle del Cauca. Esta región por ser la frontera con el Océano Pacífico en forma de puerto y manglar ha tenido como consecuencia que sea una zona de asentamientos aislados y que se hayan introducido ahí economías de enclaves.”

Según la defensoría del pueblo (2016), con base en la proyección de los resultados del Censo Nacional de población de 2005, en esta subregión habitan 71.981 personas aproximadamente; la mayoría es población afrocolombiana e indígena.

Esta subregión Caucana, se enmarca dentro de las características productivas del Pacífico Colombiano. La dinámica de producción de sus habitantes se caracteriza por una economía de subsistencia, donde predominan las actividades agrícolas tradicionales, siendo representativos los cultivos que no han tenido significativos aportes a la generación de riqueza departamental, tales como el Coco, el plátano, el chontaduro y la papa China. Los principales cultivos de la Subregión Pacífica Caucana son: Coco, plátano, banano, yuca, caña, arroz, maíz, chontaduro, papa china. A nivel de áreas ocupadas en siembra, el coco es el cultivo de mayor representación.

Los sistemas de economía tradicional, característicos de la región pacífica, se localizan en las zonas terrestres bajas, combinando actividades productivas y extractivas. En los sistemas de producción de las comunidades afro colombianas se da una mayor dependencia de las actividades extractivas, muy ligada al mercado.

Por otra parte, en lo cultural encontraremos desde un punto de vista folclórico, la incomunicación y el aislamiento relativo paradójicamente han servido para que la cultura popular de las gentes del Pacífico y de la subregión Nariñense se haya conservado bastante más pura que la de otras regiones de Colombia. La tradición oral, los mitos, las leyendas, las creencias, las supersticiones, la medicina popular, los cuentos, los juegos

Los hábitos y las costumbres, son de una gran riqueza y guardan especial connotación por las supervivencias de origen africano. La subregión es muy particular en aires, tonadas e instrumentos

musicales, por la reunión de tribus indígenas con el elemento africano y con las danzas y cantos españoles que han sobrevivido desde el siglo XVI, enclavados en la población negra y conservados con muy pocas modificaciones. Entre otros aires y bailes se identifican el currulao como tonada base, los arrullos, la juga, el patacoré, el berejú, el bambuco viejo y la caderona. También están el pango, andarele, madrugá, tigarandó, saporrondó y la contradanza.

Con referente a las potencialidades ambientales Guapi, Timbiquí y López de micay, están conformadas por planicie aluvial de los grandes cauces menores y abanicos situados al pie de las cordilleras; en esta zona existe una concentración considerable de centros poblados ya que se debe de tener en cuenta que los principales medios de transporte son los ríos. Los suelos que la constituyen presentan características de mal drenaje, los cuales estaban formados por los grandes ríos constituidos por suelos ricos en material orgánico, puros o asociados con suelos con altos contenidos de minerales. La aptitud de los suelos de esta zona está sujeta a las condiciones de drenaje natural y a las condiciones climáticas.

Los suelos de estas subregiones del pacífico caucano presentan condiciones de alta humedad, por lo tanto, son aptos principalmente para agricultura de subsistencia, cultivos autóctonos (borojó, caimito, chontaduro, árbol del pan, papa china y plátano entre otros), y con prácticas especiales de manejo cultivos como arroz, palma africana, cacao y otros productos. Las tierras mal drenadas de clima húmedo son aptas para ganadería, explotación forestal y cultivos de pan coger.

## MARCO TEÓRICO

Dado que la mira central de este proyecto está puesta en lograr posicionar a estas subregiones de la costa pacífica caucana, las cuales están comprendida por los municipios de Guapi, Timbiquí y López de Micay como destinos turísticos esto como un aporte al desarrollo local, mejorando las condiciones socioeconómicas de la comunidad, Es necesario abordar este tema desde diversos planteamientos teóricos que permitan la construcción del contexto en que surgen los distintos elementos de estudio y la forma en que interactúan. Es por esa razón, que los ejes conceptuales sobre los cuales se va a sustentar este trabajo van ligados a los conceptos de la comunicación, comunicación estratégica, desarrollo con enfoque territorial, turismo rural.

Ahora bien, existen distintas teorías de la comunicación y así mismo, varios autores que han dedicado múltiples líneas a definir un campo tan amplio y a exponer el aporte de esta ciencia social para distintos entornos. No obstante, la comunicación posee diversas definiciones, las cuales se adaptan a un enfoque o uso determinado, es necesario aclarar que para el presente proyecto se retomará el concepto de comunicación que propone la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) “la comunicación como un campo de conocimiento con un objeto de estudio transhistórico, eminentemente sociocultural, complejo, multidimensional y centrado en los sujetos y procesos de producción de sentido” retomado de (Forero, 2011, p.3).

La definición anterior plantea la comunicación como un objeto de estudio, no sólo de lo contemporáneo, sino como un elemento que se ha mantenido en el transcurso de la historia, dotada de características que van desde lo social a lo cultural, vistas desde las relaciones de producción del sujeto en diversos sentidos y como constructor de tejido social, articulando distintas partes que trabajan en conjunto por un propósito.

**1.1 Comunicación estratégica.** Por otro lado, y gestionando la comunicación como una herramienta inherente al desarrollo de cualquier proyecto, es necesario indagar sobre el concepto de la comunicación estratégica y su enfoque empresarial, mediante el cual se busca fortalecer la imagen y visibilizar el territorio a nivel regional y nacional. Lo anterior, teniendo en cuenta que este tipo de comunicación dentro de las organizaciones traza objetivos claros y desarrolla actividades acertadas a corto, mediano y largo plazo, que permiten potencializar determinadas características, y alcanzar las metas, que, para este caso, es visibilizar a las subregiones (Guapi,

Timbiquí, Lopez de micay) como un territorio multicultural, con reservas naturales y espacios propicios para el ecoturismo.

La comunicación estratégica es actualmente un enfoque indispensable dentro de las organizaciones ya sea de carácter pública o privada, puesto que permite planear y coordinar los pasos para elaborar nuevas formas de difusión y expresión del mensaje. Por esta razón, la presente investigación hace énfasis en uno de los puntos primordiales: Diseñar una agenda cultural la cual visibilice las comunidades ya antes mencionadas desde la comunicación, para hacer que funcione es necesario construir nuevos canales de comunicación y buscar elementos que posibiliten el posicionamiento de estas subregiones del cauca desde lo territorial hasta alcanzar el objetivo turístico, utilizando de manera acertada las herramientas de comunicación que tienen mayor índice de acogida.

Para José Antonio Meyer Rodríguez, la comunicación y pensamiento estratégico se define como:

...una conceptualización surgida del ámbito militar, pero que con el tiempo se ha trasladado a las ciencias exactas y la ingeniería primero, y las disciplinas del conocimiento social y administrativo después, (...) hasta convertirse en una metodología que busca comprender las condiciones imperantes para coordinar y aprovechar integralmente los recursos, diseñar políticas de calidad, así como la gestión de planes que permitan alcanzar posiciones de ventaja en contextos de alta competencia. (Meyer, 2009, p.13).

Los cambios en las dinámicas del mercado actual traen consigo retos y mayor competitividad, independientemente del enfoque en el cual la organización desarrolle sus labores, ellas deben estar preparadas para buscar los mecanismos que les permitan atraer recursos, solventar los vacíos existentes desde lo estructural, teniendo en cuenta las nuevas tendencias y, poniendo mayor énfasis en la comunicación, vista como una herramienta estratégica y valiosa que permite la retroalimentación y de esa forma se trasciende en la práctica, tal como lo expresa Massoni (2013), al decir que:

“La comunicación ya no es vista como transferencia de conocimientos y paquetes tecnológicos, ni se reduce al análisis de lo comunicativo, sino que se aborda desde un

enfoque multiparadigmático y transdisciplinar que concibe la actuación de la comunicación también desde la estrategia y desde lo fluido” (p.3).

Ahora bien, dentro de las dinámicas de lo que delimita la investigación, se toma el enfoque de la comunicación estratégica como punto esencial de aporte para maximizar oportunidades y resolver problemas; (Scheinsohn, 2008, p.2) menciona que la comunicación estratégica pretende avanzar un paso más allá. Propone que no hay que limitarse sólo a integrar las diferentes técnicas comunicacionales en los territorios restringidos de los productos y las marcas, más bien la comunicación debe ser articulada de manera inteligente a través de una gestión global y con la aplicación de una lógica eminentemente estratégica.

Por consiguiente, al no limitar los procesos comunicativos, se puede avanzar y elaborar una planificación estratégica coherente con el contexto y las necesidades de la comunidad. Esta herramienta que fue desarrollada para las empresas privadas con el objetivo de lograr mayor competitividad en el mercado, permite adaptarse bien al presente proyecto, dado que: “sirve para elaborar planes de desarrollo regionales en donde se utilizan métodos participativos, se trabajan las debilidades y fortalezas de un territorio y se trazan los posibles caminos o los denominados lineamientos estratégicos para que sean regiones competitivas” (Colombia., 2017, p.1). Una buena planificación estratégica, abordada desde la comunicación, se convierte en una herramienta que aporta al diseño estructural de lo que se quiere como objetivo primordial, logrando unir las características internas y externas del área comunicacional de la organización territorial para el manejo y desarrollo propicio del proyecto.

Dos de los factores que aportan a un desarrollo de los objetivos estratégicos mediados por la comunicación son: la innovación y la producción tecnológica, sus características permiten potencializar la competitividad generando así, crecimiento económico, tal como lo expresa Rodríguez (2007):

“En las grandes economías que disponen de inmensas capacidades de inversión y recursos humanos, se observa que aquellas que logran mayores niveles de productividad tienden a ser intensivas en el uso del conocimiento y la tecnología, siendo sus resultados más característicos los productos de alta tecnología y servicios

de alto valor añadido típicamente innovadores. La inversión en intangibles relacionados con el capital humano, el cambio organizativo, la promoción de la innovación, entre otros, se convierten en aspectos claves del crecimiento económico”. (p.3).

La innovación en la tecnología potencializa las formas estratégicas de participar competitivamente en el mercado, otorgando un elemento indispensable para el desarrollo del presente proyecto, puesto que los recursos económicos, el capital humano y las herramientas tecnológicas gestionadas de manera adecuada, ayudan a gestar nuevas formas de análisis, tanto a nivel social como económico en los proyectos territoriales.

## **1.2 Desarrollo**

**1.2.1 Definición:** Otra parte fundamental dentro del proyecto es el concepto de desarrollo, es un elemento transversal, que debe ser analizado y aplicado desde distintas perspectivas, puesto que se habla del desarrollo local y regional, siendo un proyecto de gran alcance. El concepto de desarrollo tiene distintos alcances y para efectos del proyecto se retomará la definición que ha elaborado Sen (2000), en donde expone el potencial del capital humano para crear y generar desarrollo económico:

“Se trata principalmente de un intento de concebir el desarrollo como un proceso de expansión de las libertades reales que disfrutaban los individuos. En este enfoque se considera que la expansión de la libertad es 1) el fin primordial y 2) el medio principal del desarrollo” (p.55).

La autora propone un desarrollo que surge cuando las capacidades que tienen las personas de crear trabajo o capital se alinean, y a partir de sus propias decisiones logran generar actitudes y actividades para desarrollar un proyecto o trabajar en un objetivo común; la libertad para Sen es de vital importancia, porque permite a los individuos obtener más posibilidades para el crecimiento económico y el desarrollo.

Al nombrar a Sen en el presente contexto investigativo, se puede relacionar el concepto de desarrollo que se intenta encontrar en aquellas capacidades y cualidades que posee el territorio, no solo centrado en su potencial en la renta sino a nivel cultural, recursos naturales etc., así mismo se

resaltan las características que poseen los habitantes a la hora de defender y trabajar por el territorio, para desmitificar los señalamientos negativos hacia estas subregiones del Cauca e impulsar el desarrollo económico mediante el turismo.

**1.2.2 Teoría del desarrollo en nuestro contexto.** El desarrollo es un concepto que tiene muchos elementos que analizar, y para el cual existen diferentes teorías económicas que pretenden darle forma y aplicarlo al contexto actual, desde las teorías clásicas, hasta las más recientes. Para el presente proyecto y la realidad del contexto en el cual se desenvuelve, resulta fascinante conocer elementos que puedan contribuir de manera positiva y diferenciadora a la transformación continua del mismo, buscando siempre el bienestar y las posibilidades más favorables para el avance creciente de la economía y disminuir así, las brechas y desigualdades existentes en estos territorios.

Retomando más del concepto de libertad de Sen (2000), cabe citar el siguiente fragmento como apoyo al argumento anterior

“el papel constitutivo de la libertad está relacionado con la importancia de las libertades fundamentales para el enriquecimiento de la vida humana, por ejemplo, poder evitar privaciones como la inanición, la desnutrición, la morbilidad evitable, o gozar de las libertades de leer, participación política y libertad de expresión” (p.55).

También menciona las capacidades que desarrollan y poseen los individuos mediante su conocimiento, sea desde el ámbito cultural, social o ambiental, y así mismo expresa cómo el no desarrollo de las mismas es una muestra de pobreza, la cual no limita su concepto a un índice bajo de renta, sino a la incapacidad de poder transformar desde el individuo mismo, el medio que lo rodea para generar riqueza.

“La formación de capacidades, así entendida, se apoya en el reconocimiento de la validez y complementariedad del conocimiento científico-técnico y del conocimiento local, tácito y tradicional presente en los múltiples actores en los cuales se sustenta el desarrollo rural territorial. La acción formadora busca la sinergia entre estos saberes, la construcción conjunta de un conocimiento con sentido y responsabilidad, así como la capacidad de apoyarse en ese conocimiento para enfrentar la incertidumbre y los retos actuales y futuros” (IICA, 2014, p. 7).

Teniendo en cuenta lo anterior, todas aquellas libertades conducen a un trabajo más profundo dentro del desarrollo en el contexto territorial, puesto que los países como Colombia, deben buscar alternativas económicas para el crecimiento. De igual manera, es necesario aclarar que, si dentro de aquellos países en vías de desarrollo existen territorios con población campesina o indígena, las posibilidades de crecimiento del mismo son más difíciles dado su contexto autónomo, como lo expresa Francke (2001):

“Cabe acotar también que la pobreza en la visión indígena se refiere no sólo a las condiciones materiales de la vida y a la ausencia de servicios, sino que incluye “la negación de las condiciones para su desarrollo como sujetos colectivos y ecológicos, aludiendo a los bloqueos estructurales que impiden el desarrollo de sus propias estrategias productivas y ecológicas, a la falta de respeto a la identidad cultural” (p.6).

Todos estos elementos mencionados, facilitan un entendimiento de las razones a trabajar el presente proyecto dentro de organizaciones, siendo el desarrollo un concepto abierto que abarca otros temas y sub-conceptos con los cuales el individuo da uso al mismo y se apropia para adherirlos a su contexto. El territorio se convierte entonces en forma de interacción entre diferentes actores, quienes aportan elementos sociales y de todos los demás ámbitos, y quienes se acercan aún más a buscar formas, capacidades, conocimientos y libertades para encontrar las maneras de integrar todas esas fortalezas al entorno y crecimiento económico.

**1.3 Enfoque territorial:** Ahora bien, es necesario otorgarle al territorio un valor esencial, puesto que a través de él se impulsará el proyecto, ese espacio físico que trasciende y adquiere cualidades intangibles, porque en él está inmersa la tradición, cultura y costumbres de la región.

“El territorio ya no responde a la clásica concepción geográfica, esto es, un espacio ecológico fijo, delimitado y controlado por una determinada soberanía o forma institucional de apropiación, sino una porción del espacio geográfico individualizado por un tejido sociocultural y formas propias de producción, intercambio y consumo, regido por instituciones formales y no formales y modos de organización social también particulares. Un espacio local donde se entrelazan la proximidad geográfica que evoca pertenencia y permanencia y la proximidad social que identifica una historia común y unos valores compartidos” (López, 2008, p. 6).



Bajo los criterios anteriores, es que se fundamenta el proyecto, puesto que en él se expone el potencial que tiene el territorio, para que, trabajado desde sus habitantes, pueda ser aprovechado, brindando al turismo un nuevo escenario cargado de historia, tradición y cultura en el cual propios y ajenos encontrar una conexión con lo natural y rural.

**1.3.1 Teorías del enfoque en nuestro contexto.** El desarrollo rural gira entorno a un enfoque creado especialmente para la integración de todos los aspectos de una comunidad, las partes se han unido en un sistema dotado de diferentes problemáticas, comportamientos, relaciones y conjuntos de normativas que hacen del territorio un cúmulo de interacciones y es visto como una posibilidad para el desarrollo integrado de estos actores en proyectos que los beneficien, “de este modo el territorio es siempre un sistema dinámico y originario, de relaciones, cuyo modo de ser o realidad es, como todo lo humano, pasajero, transeúnte, transitorio” (Fuenzalida, 2011, p. 11), de acuerdo al autor y a lo visto dentro del desarrollo, la visión de lo territorial cambia totalmente, ya que “La sostenibilidad territorial debe ser abordada desde un enfoque multidimensional y sistémico que considere aspectos bióticos y abióticos, sociales, culturales, así como las modalidades de gestión de los territorios y su gobernabilidad” (Macías & Torres, 2009, p.1).

Se puede decir que el enfoque territorial es un avance dentro de la importancia participativa en el desarrollo económico de la comunidad, puesto que se entiende a este como un sistema de interacción de los individuos con la parte de los recursos naturales, culturales, sociales que le dan un cierto grado de apropiación, identidad sobre cualquier problemática, entorno a sus necesidades básicas o de generación de crecimiento.

“Los territorios siguen siendo actores económicos y políticos importantes y siguen funcionando como espacios estratégicos, como soportes privilegiados de la actividad simbólica y como lugares de inscripción, de las excepciones culturales, pese a la presión homologante, de la globalización” (Gimenez, 1999, p. 3); La comunidad se convierte en un actor fundamental a la hora de construir el proceso y llevarlo a cabo, puesto que mediante la participación y la democratización adquiere un carácter incluyente para que el beneficio sea común y se planifique de acuerdo a las necesidades y posibilidades de las mismas.

**1.4 Turismo rural:** La importancia del turismo rural dentro del presente proyecto radica en la visibilización de las subregiones del Cauca y sus riquezas ecológicas, culturales y espaciales, las cuales permiten potenciar sus zonas en el contexto actual de apertura económica. El turismo rural

es definido por la Organización Mundial de Turismo como: “las actividades turísticas que se realizan en el espacio rural y que tienen como fin interactuar con la vida rural, conocer las tradiciones y la forma de vivir de la gente y los atractivos de la zona” (Organización Mundial del Turismo, 2009, p. 1)

**1.4.1 Teorías del turismo en nuestro contexto.** El turismo es visto desde una perspectiva económica como una de las fuentes de ingresos más poderosas, la denominada “tercera economía” tiene potencialidades que cada día se fortalecen más dentro de los territorios. El llamado turismo rural compete ciertas actividades que hacen uso de los espacios, las culturas y tradiciones para darle valor a los territorios, en función de características como las que mencionaba Amartya Sen. Por su parte, las libertades permiten ejercer de algún modo una construcción para potenciar las particularidades o características en un proyecto económico, teniendo en cuenta que bajo los saberes propios se puede lograr mayores resultados, tal como lo expresa (Rural Emprende, 2010, pág. 3) “Sigue habiendo oportunidades en este segmento, todavía con muchas posibilidades de hacer algo diferente, es un sector con un gran recorrido, en el que la diferenciación y un buen servicio al cliente son más importantes aún para atraer a un público cada día más exigente”

Una característica del turismo es que dentro de las normativas que posee, la estrategia es un elemento primordial, ya que no se podría llevar a cabo un producto turístico sin una planeación estratégica, además, porque el turismo rural debe ser de carácter sustentable y continuo, permitiendo que los resultados, en este caso en Guapi, Timbiquí y López de micay, se vayan consolidando con el tiempo y con los gestores sociales que hacen parte del proyecto, de tal forma que:

“la creación del producto turístico como diferenciador del espacio turístico, debido a que su diseño incorpora el estudio de los elementos naturales y socioeconómicos del área de estudio; por otra parte, el diseño de las rutas turísticas que es un instrumento dinamizador del espacio, al incorporar los productos diseñados y crear o reforzar el valor de los usos del suelo tradicionales, y al sugerir los cambios necesarios para su desarrollo turístico, al convertirse en un instrumento de planificación territorial de gran importancia para las áreas en las que no se ha iniciado un proceso de esta índole” (Sanches, 2012, p. 8).

Por consiguiente, el trabajo de un producto turístico en proyectos de territorios rurales debe ser un dinamizador de las necesidades territoriales, de sus actores y sus potencialidades.

Por otro lado, uno de los rasgos que se debe incluir dentro de las estrategias turísticas de lo rural es el de potenciar la marca país, trabajar desde la comunicación, la necesidad de consolidar una imagen sólida y coherente, en donde los habitantes puedan identificarse y reconocerse en un proyecto incluyente que cambiaría la calidad de vida de sus habitantes y mejoraría la proyección económica en un orden regional:

“Un elemento relevante en el desarrollo de la competitividad de un país es la construcción y consolidación de su imagen en mercados nacionales e internacionales. La construcción de una imagen país requiere del diseño de herramientas de comunicación efectivas que permitan fortalecer las relaciones internacionales en sectores como el turismo, la inversión, las exportaciones, y auspiciar encuentros oficiales entre Estados, la proyección nacional, la estandarización de los símbolos patrios y la promoción de conciencia ciudadana”. (Restrepo & Rosker, 2008, p. 3).

Las posibilidades de potenciar proyectos con enfoque territorial en torno al turismo rural, son muchas, desde lo organizativo y las estrategias comunicativas, ya que la comunicación pretende ser un eje articulador para crear estrategias de participación con la comunidad para fomentar una el desarrollo económico de la región y poder ser un modelo diferenciador, así como una idea de crecimiento económico a seguir.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivos Generales.**

- Diseñar una agenda cultural que visibilice y muestre las representaciones sociales de la comunidad afro durante la semana santa en Popayán, con enfoque territorial para el desarrollo sostenible, a través de un diagnóstico y la creación de un producto turístico.

### **Objetivos Específicos.**

- Promover el turismo, con personas de la misma región para así fomentar la cultura, costumbre y creencias de los pueblos hermanos en el Cauca.
- Definir las posibles problemáticas del turismo rural sostenible en Popayán, para así concretar una estrategia que genere buenos resultados.
- Generar una estrategia de comercialización de la agenda cultural para vender al público.

## METODOLOGÍA

En esta investigación a ejecutar se plantea realizar una metodología acción – participación, la cual va a permitir a estas poblaciones del pacífico, como las son: Guapi, Timbiquí, López de micay, entre otras. La realización de un diagnóstico situacional para descartar e integrar aquellos elementos que deben incluirse o no en la estrategia; el diagnóstico tendrá dos instantes:

- ✓ Comprende la recolección de datos que son importantes para conocer el estado de la posibilidad de creación del producto turístico.
- ✓ El análisis y procesamiento de la información la cual se hará a través de entrevistas, que estarán basadas en preguntas de tipo cualitativo y cuántico, que se harán a un total de 50 personas.

Con esta información recolectada se pretende realizar una aprobación que le permita a los involucrados participar, debido a que la información recogida arrojará las necesidades, oportunidades, amenazas o posibles potenciales para crear un mejoramiento en las condiciones de la comunidad, por tanto, la agenda cultural surge de un diagnóstico situacional de las oportunidades o debilidades para que la comunidad sea la misma que genere un ideal y se vea reflejada dentro de la estrategia posterior a la forma adecuada de trabajar y gestionar las potencialidades.

El proceso de construcción de la estrategia será de forma participativa con la comunidad, puesto que de ahí se pueden generar relaciones para la gestión de financiación e implementación de esta investigación.

Es importante resaltar que este tipo de metodología a utilizar (acción – participación) permite la transformación social a partir de la información proporcionada mediante todo el proceso de investigación. Además, busca que el proceso este centrado en la participación de los agentes pertenecientes a la comunidad, ya que son ellos mismos los encargados de definir sus propias necesidades y de la misma manera direccionar hacia las posibles soluciones.

## LÍNEA DE ACCIÓN

Para lograr fortalecer las comunidades del pacifico colombiano es necesario obtener la participación, motivación y buscar el interés de las comunidades para elaborar una agenda cultural enfocada en realización de un producto turístico. Es un factor que lleva un proceso a largo y mediano plazo, por consiguiente, se busca una interactividad entre las personas que quieran apostarle a desarrollar este trabajo investigativo, para ello se fijaran algunas acciones específicas:

- ✓ Fortalecer equipos de trabajos de acuerdo al potencial humano.
- ✓ Integrar grupos de trabajo para el desarrollo de propuestas en los diferentes puntos de la estrategia como canales de distribución, recursos, etc.
- ✓ Construir una base de posibilidades para el financiamiento de la estrategia que la comunidad crea alcanzable.
- ✓ Observar trabajos paralelos junto con la comunidad para tener una perspectiva de lo que se quiere llegar hacer.

### **Metas.**

- ✓ Crear una base de datos donde la comunidad pueda desarrollar estrategias.
- ✓ Gestionar fuentes de financiación publico privada para el desarrollo del producto turístico.
- ✓ Desarrollar una estrategia de comunicación para proceso de producto turístico.

## CRONOGRAMA

Actividad	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Acercamiento con la comunidad exposición de la propuesta	*																			
Recolección de datos Encuestas		*																		
Entrevistas					*															
Análisis de datos								*												
Socialización de los datos									*											
Creación de equipo de trabajo										*										
Taller de evaluación del diagnóstico											*									
Propuesta estratégica comunicación														*						
Diseño colectivo de la agenda																				*

## CONCLUSIONES

Como resultado de la investigación es posible concluir que las subregiones del Cauca como lo son Guapi, Timbiquí y López de micay, están organizadas en función de proyectos los cuales les han permitido mejorar las condiciones económicas del territorio, pero que dichos proyectos no han sido estructurados con un enfoque territorial que les permita la potencialización de sus recursos, es por esto que se dio la importancia de la creación y diseño de una agenda cultural para la visibilización de las representaciones sociales de estas subregiones para su desarrollo sostenible.

Es importante resaltar que la comunidad tuvo un papel clave en la construcción de la agenda ya que fueron parte activa de la misma; gracias a esto se logró un diseño más acertado frente a sus propias necesidades, se determinó que los factores importantes que incidieron en el desarrollo del proyecto son lo cultural, lo ambiental, social y lo económico; ya que estos aspectos son mediante la cual se promueve y fomenta el turismo.

De acuerdo a los aportes que el estudio realizó durante los acercamientos con las comunidades, estos fueron eje dinamizador de un territorio donde los actores que manejan la parte social y de respuesta inmediata ante las violaciones de derechos humanos, proyectos sociales provenientes del estado y ONGS, estos están de manera integrados en una fuente sólida de interacción y entrelazamientos que dan soporte para un trabajo conjunto entre actores del territorio.

Los beneficios a través de este proyecto fueron: una mayor acogida de parte de los actores del territorio, la participación de sectorial a medida que se muestra los beneficios de un proyecto turístico en la parte rural, las posibles soluciones a muchos de los obstáculos que hace que no se pueda llevar a cabo ciertas actividades y sobre todo la apuesta para mejorar desde un proyecto sustentable la economía local.



## BIBLIOGRAFÍA

- Colombia., U. N. (2017). “Planeación estratégica territorial”. .  
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:2jKFOgf759AJ:courseware.url.edu.gt/Facultades/Facultad%2520de%2520Ciencias%2520Pol%25C3%25ADticas%2520y%2520Sociales/Gesti%25C3%25B3n%2520P%25C3%25BAblica%2520Territorial/Modulo%25203/Tema3/Tema3/4c615f>.
- Diego, S. G. (2008). *nuevos retos de la planificación territorial y desarrollo sostenible en México: una perspectiva comparada* . Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/105/10504712.pdf>.
- Fernandez, M. R. (2006). *las nuevas estrategias de comunicación en el sector turístico*. Obtenido de [http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/9/312/fisec\\_estrategias\\_m5\\_pp3\\_27.pdf](http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/9/312/fisec_estrategias_m5_pp3_27.pdf)
- Gimenez, G. ( 1999). Territorio cultura e idenidades, la region socio cultural. 25-57.
- IICA. (2014). *Formación para la gestión del desarrollo de los territorios rurales*. Santiago de Chile, Chile.
- Lopez, J. R. (2008). *la agenda territorial del desarrollo rural en américa latina*. universidad de los andes, mérida.
- Macías, J. D., & Torres Torres. (2009). *La gestión territorial como instrumento para el desarrollo rural*. estudios agrarios.
- Veronica, R. S. (2014). *el turismo rural una modalidad creciente en el turismo*. Obtenido de <http://saberesbolivianos.com/investigadores/vzambana/El%20turismo%20rural%20una%20modalidad%20creciente%20de%20turismo.pdf>
- Massoni, S. (junio de 2013). *comunicacion estratégica: matrices de datos en la investigación enactiva*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/massoniestrategia/articulos/enactiva>
- OMT. (2017). *Panorama OMT del turismo internacional* . Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>
- Rodriguez Benítez, C. J. (2007). *estrategias territoriales de innovación y transferencia de transferencia de tecnología* .

Rodriguez, J. A. (2009). *comunicación estratégica, y estrategias de comunicación para*. obtenido de <http://www.razonypalabra.org.mx/Comunicaci%C3%B3n%20estr%C3%A1tegica.pdf>

Sen, A. (2000). *Desarrollo y libertad* . barcelona, españa : planeta S.A .