

Percepción estudiantil sobre las políticas de fomento al emprendimiento cultural

Pineda Sánchez, Lina*

1. Objetivo

Conocer la percepción sobre las políticas de fomento al emprendimiento cultural en estudiantes de la Facultad de Artes Integradas de la Universidad del Valle.

2. Revisión teórica

En las últimas décadas ha cobrado importancia el tema del emprendimiento, siendo este considerado por muchas naciones como una de las salidas para que la proporción de clase media crezca en los países, trayendo consigo mayor desarrollo económico y, por ende, mejor calidad de vida para sus habitantes. Al mismo tiempo, se ha dado un vuelco fundamental al desarrollo de las industrias culturales y creativas, o lo que se conoce como la economía naranja, pues todos los pueblos tienen rasgos culturales que son apreciados por sus habitantes.

Se ha evidenciado la importancia de compartir esos rasgos culturales en todas las esferas del planeta. En este contexto, la industria cultural y creativa se convierte en una herramienta que les permite a los artistas, no solo dar a conocer sus propuestas artísticas y culturales, sino también darle sustentabilidad y sostenibilidad a su arte como proyecto de vida. En un estudio el Banco Interamericano de Desarrollo - BID (2013), define la economía naranja o creativa como “el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. El universo naranja

está compuesto por: i) la economía cultural y las industrias creativas, en cuya intersección se encuentran las industrias culturales convencionales y ii) las áreas de soporte para la creatividad” (Pág. 40).

La Economía Naranja encuentra un antecedente en la Economía Creativa, concepto desarrollado por Howkins (2001), autor del libro “La economía creativa: transformar una idea en beneficios”, que comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, televisión, radio y videojuegos. Teniendo en cuenta las bondades de la Economía Naranja, se considera necesario realizar una investigación que permita entrever el fomento al emprendimiento cultural y creativo en la Facultad de Artes Integradas – FAI - de la Institución de Educación Superior más prestigiosa y reconocida del suroccidente colombiano, la Universidad del Valle. Para este fin se ha realizado una revisión de literatura, artículos, trabajos de investigación y tesis que le brindan sustento teórico al objeto de estudio, así como una revisión de las políticas existentes en la ya mencionada facultad.

Igualmente se lleva a cabo un ejercicio exploratorio para conocer de primera mano la percepción que tienen estudiantes y docentes sobre los esfuerzos que se hacen al interior de la Institución para proporcionar herramientas que permitan visualizar el emprendimiento como una opción de crecimiento, ocupación y actuación profesional de sus egresados. El estudio permite finalmente presentar unas recomendaciones que se orientan a generar motivación entre las directivas de la FAI para que promuevan y fortalezcan el emprendimiento en el proceso formativo de sus estudiantes.

* Magister en Administración. Especialista en Administración de la calidad total y la productividad. Trabajadora social. Correo electrónico: c.calidad@aunarcali.edu.co

Esta propuesta pretende generar arraigo en los protagonistas generadores de las expresiones culturales como opción para que se pase del plano de las ideas, al de las realizaciones sustentables con sentido para las comunidades.

El reto es generar una mayor cohesión e involucramiento de los actores de la Facultad de Artes Integradas y de la Universidad del Valle, que permitan la construcción de una estructura que propenda, no sólo a la reproducción de la cultura como siempre ha sido, sino que involucre el emprendimiento y la innovación, articulados con la formación, la investigación, la extensión y la proyección social como ejes transversales para nuevos desarrollos a nivel cultural, artístico, social y económico.

3. Resultados esperados

- *Conocer como en la academia se implementan estrategias para motivar la investigación aplicada como generador de iniciativas emprendedoras en el ámbito cultural y creativo.*
- *Conocer si es necesario que los docentes reciban capacitación y actualización referente al emprendimiento independientemente de la asignatura que oriente.*
- *Presentar recomendaciones que se orienten a generar motivación entre las directivas para que promuevan y fortalezcan el emprendimiento en el proceso formativo de sus estudiantes.*
- *Que el emprendedor cultural y creativo comprenda que está creando una empresa que dure en el tiempo y no un evento cultural.*
- *Dar a conocer que son diferentes los actores que hacen parte de la comuni-*

dad universitaria, y son ellos los llamados a participar en la construcción de una política institucional de emprendimiento.

4. Impacto social, económico y ambiental

- *Realizar aportes que contribuyan a mejorar los procesos de creación y sostenibilidad de iniciativas emprendedoras culturales, tanto de estudiantes como de egresados, en apoyo con el conocimiento adquirido a través de la experiencia profesional y académica de la investigadora.*
- *Colombia históricamente ha presentado altos índices de desempleo. De acuerdo con información del DANE, desde el año 2016 la tasa de desempleo ha oscilado cerca del 9%, por lo tanto el emprendimiento se convierte en una buena alternativa para quienes no logran conseguir empleo al egresar de la universidad.*

Referencias Bibliográficas

BID. (2013). *La Economía Naranja*. Bogotá: Puntoaparte Bookvertising.

Howkins, J. (2001). *La economía creativa: transformar una idea en beneficios*.