

# INTRODUCCIÓN

## RECORRIDOS DE UNA MIRADA LATINOAMERICANA

*Claudia Ranaboldo*<sup>1</sup>

EN EL MARCO de los avances conceptuales y operativos referidos al desarrollo territorial rural (DTR),<sup>2</sup> en el 2005 se detectó una faceta del mismo poco conocida y estudiada en América Latina y el Caribe (ALC): la identidad cultural (IC) y su valorización en los territorios rurales.

Durante dos años (julio 2005 - junio 2007), RIMISP - Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural y un conjunto amplio de centros académicos, instituciones de desarrollo y organizaciones sociales, económicas y culturales de la región, con el apoyo de la Fundación Ford, realizaron una etapa exploratoria en la temática a través del Proyecto de Desarrollo Territorial Rural a Partir de Servicios y Productos con Identidad.<sup>3</sup>

Este proyecto incluyó, entre otras actividades, la elaboración de una base conceptual y metodológica (Ranaboldo 2006), una publicación sobre el estado del arte (Fonte y Ranaboldo 2007), la realización de nueve estudios de caso en ocho países de América Latina, con una fase final de síntesis y análisis, y un conjunto

- 
1. Investigadora principal de RIMISP y coordinadora del Proyecto de DTR-IC.
  2. Para una revisión del estado del arte, ver —entre otros— a Schejtman y Berdegúe (2004).
  3. Ver: [www.rimisp.org/Territorioeidentidad2](http://www.rimisp.org/Territorioeidentidad2)

articulado de iniciativas vinculadas a la comunicación y discusión de los resultados, a través de medios diversos con distintas audiencias y procesos de aprendizaje territorial.

En este volumen se presentan los artículos referidos a los casos y su análisis comparativo.

## **Hipótesis y preguntas de investigación**

A partir de la exploración preliminar del estado del arte de la temática y tomando en cuenta la justificación y los objetivos más amplios del proyecto, se llegó a la formulación de tres hipótesis principales a ser consideradas en los estudios de caso:

1. Muchos territorios pobres de ALC están dotados de un abundante, rico y distintivo patrimonio cultural basado en múltiples activos (materiales/inmateriales; móviles/inmóviles). La inversión en la valorización de la IC puede constituir una estrategia efectiva de desarrollo sustentable e incluyente de dichos territorios.
2. Hay una demanda emergente, por parte de importantes segmentos de consumidores, de productos y servicios portadores de la IC asociada a territorios rurales. Los atributos valorados por dichos consumidores son los modelos de producción y consumo, los conocimientos y las costumbres locales, las diferencias asociadas a esos bienes y servicios, y la calidad de los mismos. Dichos consumidores están dispuestos a pagar un mayor precio y/o a preferir productos y servicios con IC a otras alternativas.
3. La valorización de la IC necesita del desarrollo de innovaciones en el ámbito de las políticas, las inversiones públicas y los servicios, y del fortalecimiento de actores, instituciones y redes que permitan: (a) la producción de bienes y servicios con IC; (b) la identificación y evaluación por parte de los consumidores de tales bienes y servicios; (c) la difusión del proceso y de los beneficios en forma extensa en el territorio; y (d) la participación sustantiva de los sectores pobres en la estrategia de desarrollo territorial rural con identidad cultural (DTR-IC) y en la distribución de sus beneficios.

Las preguntas de investigación que orientaron los estudios de casos se muestran en el recuadro 1.

### **Recuadro 1**

#### **PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN QUE ORIENTARON LOS ESTUDIOS DE CASOS**

##### **LA PREGUNTA CENTRAL**

¿Es posible que la valorización del patrimonio cultural de los territorios rurales pobres se constituya en un motor de procesos localizados de desarrollo que contribuyan a reducir la pobreza, la desigualdad y la exclusión? De ser posible, ¿cómo se lograría?

##### **LAS PREGUNTAS OPERATIVAS**

1. *¿Qué tipos de experiencias existen para promover procesos de desarrollo territorial rural con identidad cultural?*

Contextualización referida a:

- 1.1 Territorio y sistema de producción local
  - 1.2 Activos culturales
  - 1.3 Actores, redes e instituciones relacionados con valorización de la IC del territorio
  - 1.4 Estrategias existentes para la valorización de la IC del territorio.
2. *¿Cuáles son las características principales de las estrategias de valorización de identidad cultural del territorio que derivan de esas experiencias en relación con:*
    - 2.1 Los objetivos de DTR-IC
    - 2.2 La incorporación y visualización de la IC del territorio
    - 2.3 La valoración en el mercado
    - 2.4 Las determinantes de acceso
    - 2.5 Los beneficios y su distribución
  3. *¿Qué se necesita para incentivar la valorización de la identidad cultural en el marco de un proceso sostenido y equitativo de desarrollo territorial rural con identidad cultural?*
    - 3.1 En el ámbito de las políticas e inversiones públicas
    - 3.2 En el ámbito de los servicios
    - 3.3 En el ámbito de los roles de distintos sectores

## Marco analítico y metodológico

Se definió un *marco analítico* articulado alrededor de tres ejes: tipo de experiencias, características de las estrategias de DTR-IC, e incentivos para el DTR-IC. Para mayores detalles, ver el anexo 1.

Simultáneamente se trabajó en los *criterios de selección de los territorios*, definiendo que los casos elegidos debían guardar estrecha relación con: territorios rurales con importantes niveles de pobreza, la presencia de distintas estrategias de DTR-IC, y diferentes combinaciones internas de estas estrategias. Ver el anexo 2.

El marco analítico constituyó una orientación flexible puesto que se trataba de una primera exploración basada en estudios de caso limitados en términos de recursos y tiempo.<sup>4</sup> Se enfatizó la necesidad de utilizar la investigación para ir conformando una plataforma de diálogo y colaboración entre actores diversos interesados en el DTR-IC y dispuestos a invertir en estos estudios,<sup>5</sup> en ocasiones sumándonos a procesos que ya estaban en marcha.<sup>6</sup>

También se solicitó que, desde el comienzo, se involucrara a jóvenes talentos locales, a núcleos amplios y representativos de la población y a las instituciones con base territorial en los procesos de investigación para ir identificando, a partir de las reflexiones, los productos capaces de movilizar el DTR-IC en la zona.

---

4. Se trató de estudios desarrollados en aproximadamente seis meses con equipos integrados generalmente por un/a investigador/a senior y un promedio de dos a tres investigadores (entre seniors y juniors). En el caso de Argentina se contó con una sola persona, doctoranda; en el de Colombia se incorporó activamente a un numeroso equipo de la universidad y a varios investigadores originarios de la comunidad involucrada en el estudio. Es decir, los equipos tuvieron distintas conformaciones.

5. El proyecto tenía financiamiento de la Fundación Ford sólo para cuatro casos pero, en la práctica, se estudiaron nueve casos gracias a la contribución de las instituciones que coordinaron el trabajo desde universidades y centros de estudios hasta varias ONG y organizaciones locales. Estos aportes reflejan claramente su compromiso con el tema.

6. Por ejemplo, en Ecuador, el estudio de caso fue parte de una autoevaluación llevada a cabo por las organizaciones sociales acerca de los procesos de desarrollo y gestión indígena presentes en el territorio.

Por tanto, el marco analítico y metodológico de ninguna manera podía convertirse en “una camisa de fuerza” sino que se fue ajustando de acuerdo a los contextos locales y el énfasis en cada caso. Sin embargo, como muestran los análisis comparativos en este volumen (Fonte y Schejtman) se lograron resultados coherentes en relación con los postulados iniciales.

Asimismo, se llegó a producir un acervo de productos que está siendo utilizado para impulsar y/o fortalecer iniciativas de DTR-IC, como el DVD sobre la vida comunitaria y la música de San Basilio de Palenque en Colombia, los mapas de productos y servicios con IC de Concepción (Bolivia), de Chiloé (Chile) y de la campaña de Moche en el norte de Perú.<sup>7</sup>

El cuadro A muestra los nueve estudios de caso que se realizaron, los mismos que se presentan en este volumen.

### **Síntesis de grandes tendencias encontradas**

Sobre la base de los resultados de la investigación, es posible afirmar que existen en ALC condiciones para procesos de DTR-IC que generen nuevas oportunidades para los sectores pobres y excluidos. Sin embargo, estas oportunidades deben considerar una serie de riesgos que las pueden ir limitando o anulando, motivo por el cual es preciso evitar asumir el DTR-IC como una nueva “receta” válida y aplicable en cualquier contexto y bajo cualquier circunstancia.

1. Existen zonas rurales de alta incidencia de pobreza y marginalidad, que se caracterizan por un notable patrimonio cultural tangible y/o intangible. La disponibilidad per se de estos valores patrimoniales no está logrando desencadenar todavía procesos virtuosos, sostenidos y masivos de mayor bienestar y desarrollo, en particular para la población local pobre. Sin embargo, hay señales de un potencial en esta dirección, por ejemplo, en la costa caribe de Colombia y sus comunidades afro-americanas; en el valle del Colca en Perú y sus comunidades

---

7. El conjunto de estas expresiones es recogido en el DVD *Territorios con IC. Experiencias 2005-2007*. RIMISP (2007).

**CUADRO A: INSTITUCIONES Y PROYECTOS**

PAÍS Y TERRITORIO	INSTITUCIÓN	INFORME FINAL
ARGENTINA Oasis Mendocinos	Instituto de Ciencias Humanas Sociales y Ambientales (INCIHUSA) Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)	“Valorización territorial e identidad. Geografías y prácticas en los oasis mendocinos”
BOLIVIA Concepción	Centro para la Participación y Desarrollo Humano Sostenible (CEPAD)	“Desarrollo humano sostenible en las misiones jesuíticas de Chiquitos de Bolivia. El caso del Municipio de Concepción”
BRASIL Caminhos de Pedra y Vale dos Vinhedos	Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) Centre de Coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Developpement (CIRAD)	“El patrimonio cultural como elemento estratégico para el desarrollo, dos casos de la inmigración italiana de Brasil”
CENTRO AMÉRICA Y MÉXICO Huehuetenango, Guatemala; Los Santos, Costa Rica; La Fortuna, Honduras; Pluma Hidalgo, México	Centro de Inteligencia sobre Mercados Sostenibles (CIMS)	“Experiencias comunitarias. El café producto emblemático de América Latina: ¿un detonante para el DTR-IC?”

CHILE Chiloé	Centro de Educación y Tecnología (CET-Chiloé)	“Chiloé: una reserva de patrimonio cultural”
COLOMBIA San Basilio de Palenque	Universidad Externado de Colombia, Facultad de Finanzas, Gobierno y Relaciones Internacionales (FIGRI)	“Palenque: cultura presente, territorio ausente”
ECUADOR Cotacachi	Instituto de Estudios Ecuatorianos (IEE)	“La estrategia de promoción del turismo en Cotacachi”
PERÚ Huacas del norte	Instituto de Estudios Peruanos (IEP)	“Huacas de la costa norte”
PERÚ Valle del Colca	Proyecto de Desarrollo Sierra Sur (PDSS), Fondo de Compensación y Desarrollo Social (FONCODES) y Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA) Instituto de Estudios Peruanos (IEP)	“Valle del Colca”

\* Para mayores detalles y para acceder a los informes finales completos, ver: [http://www.rimisp.org/proyectos/nuevas\\_subsecciones.php?id\\_proyecto=188&id\\_subseccion=56](http://www.rimisp.org/proyectos/nuevas_subsecciones.php?id_proyecto=188&id_subseccion=56)

Elaboración propia, 2008.

cabanas y collanas; y en la costa norte del Perú con sus numerosos sitios arqueológicos de valor mundial.

2. Dicho patrimonio cultural no se visualiza tan sólo en una transmisión mecánica de la tradición sino que se recrea en un proceso de innovación a partir del encuentro de diferentes actores ubicados entre lo local y lo global. Lo anterior implica superar una mirada cerrada hacia el “mantenimiento de la tradición”, apostando por una oferta diversa y no estereotipada de los elementos que hacen “distinto” al territorio que además lo perfilan como un territorio “en movimiento” y no siempre y sólo igual a sí mismo y a sus anteriores expresiones. Por ejemplo, los productos artesanales chilotas en Chile, los bordados del valle del Colca en Perú y los objetos de madera, cerámica y algodón de la Chiquitania en Bolivia, todos ellos, sobre la base de ciertos elementos culturales originarios (símbolos y materia prima locales), están creando nuevos modelos de artesanía de alta calidad orientados a los mercados nacionales e internacionales. La intervención de diseñadores y otros actores externos está contribuyendo notablemente a la revivificación de la tradición, no distorsionándola, y a crear “nuevas colecciones” en equilibrio entre el pasado y el presente.
3. El patrimonio cultural de estas sociedades rurales en muchos casos es reconocido en contextos más amplios —nacionales e internacionales—, constituyéndose en un “sello” de los respectivos territorios, con todas las incógnitas que aún encierra un proceso de “marketing territorial” en términos de sostenibilidad de los procesos locales que se están “ofreciendo” y de la canalización de los beneficios hacia un conjunto amplio de la población local y no tan sólo hacia unos pocos individuos y empresas. Esto ocurre, por ejemplo, en las misiones chiquitanas en Bolivia, en el Vale dos Vinhedos y Caminhos de Pedra en Brasil y en los oasis mendocinos en Argentina.
4. Segmentos crecientes de las poblaciones urbanas de los países de la región y de otras regiones reconocen en este patrimonio cultural un elemento que satisface las expectativas y demandas de recreación, cultura, salud, tradición, sentido de pertenencia, raíces, etc. Ello abre una nueva oportunidad de



generación de empleo e ingresos en los territorios rurales, a partir de la denominada “economía cultural” y del acceso a mercados diversos. También se abren preguntas acerca del perfil y las características de los consumidores, puesto que la gama de los mismos es muy amplia, con demandas que van desde nuevos productos “folclóricos” destinados a un consumo masificado y, de vuelta, cada vez más estereotipado y globalizado, hasta un consumo atento a la calidad, la ética, el mantenimiento de la originalidad y las expresiones propias.

5. En ALC el patrimonio cultural muchas veces está asociado a segmentos muy pobres y discriminados de la población rural, como son las mujeres, los pueblos indígenas, los afrodescendientes y los campesinos. La valorización entonces se vincula al reconocimiento público de sus saberes y capacidades, contribuyendo a una elevación de su autoestima y su sentido de ciudadanía. También se ha constatado que es clave la gobernanza basada en la comunidad/colectividad como un importante capital social distintivo de muchos de los países de ALC. Por tanto, los procesos de DTR-IC deben incluir estas distintas dimensiones y no sólo la económica. Detrás de los productos y servicios con identidad están los verdaderos protagonistas y hacedores de los mismos: personas en carne y hueso, colectividades y estrategias propias. Pensar tan sólo en nuevas ofertas para nuevos mercados conducentes a mayores ingresos y, consecuentemente, mayor bienestar, es una ecuación simplista que, por lo menos en el DTR-IC tiende a coartar sus perspectivas en términos de un desarrollo menos mercantilista, más comprensivo, más justo e inclusivo.
6. En el caso de las mujeres<sup>8</sup> emerge un doble discurso que encierra riesgos y posturas conservadoras. Por un lado, hay sectores

---

8. En la anterior etapa del proyecto se trabajó en la revisión de los avances y en la identificación de los vacíos en el tratamiento de la dimensión de género relacionada con el DTR. Al respecto ver Porras (2007); Castro, Porras y Ranaboldo (2008). Ambos textos estarán próximamente disponibles en: [http://www.rimisp.org/proyectos/seccion\\_adicional.php?id\\_proyecto=188&id\\_sub=111](http://www.rimisp.org/proyectos/seccion_adicional.php?id_proyecto=188&id_sub=111)

que siguen enfatizando el antiguo discurso de que las mujeres, “al estar más cerca de la naturaleza y al mantenimiento y la transmisión de los valores culturales [...]”, serían las portadoras principales de la IC. No otra cosa mostrarían los productos locales típicos, los objetos artesanales, los servicios turísticos, entre otros, en los que el trabajo de la mujer es evidente y en muchos casos protagónico. Sin embargo, aquel “activismo” no es acompañado aún —por lo menos no de manera generalizada— por cambios sustantivos en la redistribución de las tareas en el ámbito familiar y comunitario, y menos por una redistribución del poder. Al contrario, los mayores ingresos —a menudo no complementarios sino sustantivos y sobre todo permanentes y seguros para la economía familiar— que derivan de iniciativas de puesta en valor de la IC local y sus efectos positivos en otras esferas (mayor socialización, movilidad, autoestima, acrecentadas posibilidades de intercambio y aprendizaje, etc.), a veces muestran un balance negativo. Aparecen entonces la sobreexplotación en términos de carga laboral, las crisis familiares referidas a los nuevos roles que hombres y mujeres van asumiendo y los bloqueos que redundan también en la eficiencia e innovación de las iniciativas basadas en la IC. Este es el caso de Chiloé y del valle del Colca, por ejemplo. La banalidad de la asociación “mujer-naturaleza”, sin embargo, empieza a quebrantarse a partir de nuevos liderazgos e iniciativas que muestran que elementos culturales identitarios, valorizados y renovados, pueden desencadenar cambios transformadores en las mujeres y sus entornos. Lo interesante es que estas nuevas “pistas” no tienen una sola connotación social o étnica puesto que se han encontrado mujeres empoderadas tanto en los oasis mendocinos en Argentina, en Vale dos Vinhedos y Camino da Pedra en Brasil, en el municipio indígena de Cotacachi en Ecuador como en el Municipio de Concepción en Bolivia.

7. A partir de las variadas experiencias en la región latinoamericana, en términos de activos culturales, actores involucrados y redes institucionales, se muestra que la valorización del territorio con IC no es un proceso privativo de los pueblos

indígenas. Si bien en varios de los casos (Cotacachi, valle del Colca, parcialmente Concepción) la matriz indígena originaria es clave, en otros van destacándose componentes muy distintos (la colonización ucraniana e italiana en Argentina y Brasil, los procesos de mestizaje en Centro América y México, en la costa norte del Perú y en la misma Chiquitania en Bolivia), o lo indígena es parte de un conjunto de actores y dinámicas más amplios (lo mapuche en Chiloé), o aparece con contundencia otra connotación étnica (los afrodescendientes en Colombia). Lo anterior ayuda a desmitificar aseveraciones simplistas y unilaterales (que asimilan al indígena casi como único portador de identidad), a (re)abrir fronteras culturales, mentales y políticas y a reconocer las enormes potencialidades de esta América diversa, multiétnica, mestiza al fin.

8. Hay una emergencia de actores y redes dedicados a explorar estrategias de desarrollo basadas en la valorización de los activos culturales de territorios rurales. Son evidentes los componentes de género y generacional entre los liderazgos de estos procesos, con un papel preponderante, de mujeres pero también de jóvenes. Además, numerosos alcaldes y concejos municipales empiezan a movilizarse y a dictar normativas para proteger y poner en valor el patrimonio cultural de sus localidades. Aparecen actores que facilitan procesos de desarrollo con IC, brindando información y algunos de los servicios necesarios para hacerlos posibles. Son importantes también los agentes de mercado que crean cadenas de abastecimiento y sistemas comerciales que permiten unir oferta y demanda: agencias de turismo especializadas, cadenas de supermercados interesadas en ofrecer productos “novedosos” a sus clientes. Emerge un segmento de consumidores que prefiere los productos diferenciados por su origen y calidad cultural. Lo anterior puede desencadenarse a un ritmo vertiginoso que, a veces, arriesga con sobrepasar la capacidad real de apropiación de los nuevos procesos por parte de los actores locales y en particular de los más pobres y marginales.
9. Se constata también que aparecen nuevas instituciones que permiten incorporar una IC en un producto o servicio y comunicar

esa cualidad a posibles consumidores. Se trata por ejemplo de las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas, usadas sobre todo en los casos en que los productos están destinados “a viajar”, como ocurre con el café en algunos países de Centro América y México y con los vinos en Argentina y Chile. Las legislaciones nacionales, subregionales<sup>9</sup> y regionales son aún dispersas, poco articuladas y escasamente conocidas y utilizadas. Es necesario explorar más a fondo —a partir de las experiencias más maduras pero también más críticas como las europeas— de qué manera estos mecanismos de “trazabilidad” —generados para valorizar los productos protegiendo la identidad de los territorios— se están convirtiendo en instrumentos simple y llanamente orientados al “marketing”, y son apropiados sobre todo por los sectores empresariales más poderosos.

10. Se han identificado potencialidades interesantes relacionadas con la articulación entre activos culturales y recursos naturales de cara al desarrollo de estrategias novedosas de puesta en valor del territorio, involucrando de manera directa a la población nativa y sus saberes, no limitándose sólo a un enfoque preservacionista. Algunos de estos territorios se encuentran en áreas estratégicas de la biodiversidad en el ámbito mundial, en o muy cerca de parques y áreas de reserva natural. Es el caso del valle del Colca, de la Chiquitanía y de Cotacachi, entre otros. En este marco se perfila la necesidad de acercar iniciativas, propuestas, programas y políticas que, por lo general, han tenido enfoques divergentes o por lo menos lejanos; y de discutir —partiendo de bases empíricas sólidamente probadas— en qué medida un desarrollo que se funda en la biodiversidad cultural y natural tiene que seguir una lógica similar a las cadenas productivas (como la puesta en valor del lagarto, de varios productos de la Amazonía o de los propios productos orgánicos) y/o más bien orientarse hacia una visión más territorial e integral donde dichos productos se vayan sumando a otras dinámicas.

---

9. Nos referimos a la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y al Mercado Común del Sur (MERCOSUR). Ver al respecto Soto *et al.* (2007) y Benedetto (2007).

## Desafíos futuros

Sobre la base de los resultados globales de la primera fase del proyecto y, en lo específico, de las grandes tendencias que encontramos en la investigación, se fueron identificando algunos desafíos centrales que deben ser enfrentados para estimular procesos más amplios, profundos, sostenidos y masivos de DTR-IC.

En primera instancia, se constata que existen diferentes tipos de territorios (ver recuadro 2) en cuanto a su relación entre patrimonio cultural, actividades basadas en él y procesos territoriales de desarrollo económico, social y ambiental. No es lo mismo un territorio como Otavalo en Ecuador, el valle del Colca en Perú o el corredor comprendido entre Puno y Cusco, donde buena parte de la vida económica y social gira en torno a la IC, y territorios como Chiloé donde la actividad cultural tiene un peso decreciente respecto de la salmonicultura industrial que gana espacios en la isla. No es tampoco lo mismo el turismo artístico e intelectual que visita el Festival de Música de la Chiquitanía en Bolivia, que el turismo masivo ordenado por cadenas multinacionales y grandes mayoristas que acude al litoral pesquero de Santa Catarina en el sur de Brasil. Necesitamos por ende conocer mejor estas diferentes dinámicas y contribuir al diseño de políticas e inversiones diferenciadas que tomen en cuenta que vincular el desarrollo a la IC en áreas rurales, no significa sólo buscar formas para “mercantilizar” o “vender las tradiciones”. El gran desafío es cómo ir conceptualizando y aplicando una visión de desarrollo que no imponga un solo modelo cultural relacionado exclusivamente con la riqueza económica y permita más bien apostar a un desarrollo basado en la multiculturalidad y la biodiversidad.

En segunda instancia, constatamos que existen numerosas microiniciativas de desarrollo con IC, muchas veces en un mismo espacio. Pero son muy pocos los casos en que esas iniciativas logran articularse en el territorio, diversificarse y alcanzar una dinámica y “masa crítica” que lleven a incidir en los procesos más amplios de desarrollo a escala territorial. En parte esto se debe a que muchos de los actores de los procesos de desarrollo con IC son pequeñas organizaciones comunitarias, alcaldías rurales relativamente

## Recuadro 2

### TIPOLOGÍA INICIAL DE DINÁMICAS TERRITORIALES EN SU RELACIÓN CON DINÁMICAS DE IDENTIDAD CULTURAL\*

#### *Tipo 1. Territorios focalizados en la valorización de la identidad cultural*

Son dinámicas territoriales en las que las actividades basadas en la IC —absolutamente centrales en el territorio— corresponden a agentes con distintas motivaciones y capacidades de negociación, con relaciones de poder e intercambios asimétricos entre las partes involucradas: por ejemplo, las áreas en las que el turismo basado en la IC es la actividad dinámica pero el mayor protagonismo corresponde a agencias de turismo desvinculadas de las pequeñas iniciativas campesinas y artesanales, como el valle del Colca en Perú.

En este tipo de configuración es posible pensar en arreglos institucionales con ventajas para ambas partes (*win-win*), pues ambas dependen de la valorización de la IC territorial y de su mantenimiento y enriquecimiento a lo largo del tiempo.

#### *Tipo 2. Territorios y dinámicas contradictorias de desarrollo local*

Son dinámicas en las que el crecimiento del producto territorial depende en medida muy significativa del núcleo dinámico no vinculado a la IC, en un territorio en donde existe una multiplicidad de micro, pequeñas y medianas actividades basadas en esta identidad. Los vínculos del núcleo dinámico no-IC van por el lado del mercado de trabajo y de otros efectos de la demanda derivados de su actividad y de las externalidades (positivas o negativas).

En este tipo de dinámica territorial, los agentes de cada uno de los ámbitos no tienen motivaciones comunes que permitan construir puentes y sus relaciones pueden moverse desde la indiferencia hasta el conflicto. Ejemplos de estas situaciones son Cotacachi (Ecuador), con la presencia de las empresas mineras y Chiloé (Chile) con las empresas salmoneras.

---

\* Trabajada principalmente por Schejtman, Ramírez, Berdegú y Ranaboldo.

*Tipo 3. Territorios que “recrean” una identidad cultural*

Es una configuración en la que la actividad dinámica (generadora de crecimiento económico) está crecientemente basada en la IC, aun cuando ésta tenga que ser “recreada” en el territorio. Por tanto, los objetivos de reducción de la pobreza, de incremento en la equidad y de mejora de la sustentabilidad ambiental aparecen directamente vinculados a los efectos que los incentivos existentes o por crear tengan sobre este núcleo dinámico.

Se trata de situaciones características de áreas de producción de bienes con denominación de origen u otros mecanismos de trazabilidad en mercados externos (vinos, licores, café, etc.), vinculados a diversas formas de turismo (por ejemplo, Vale dos Vinhedos en Brasil, los oasis mendocinos en Argentina o algunos territorios productores de cafés diferenciados en Centro América).

aisladas, ONG, profesores de las escuelas locales, etc., y que no se presta suficiente atención a involucrar a inversionistas públicos o privados de mayor dimensión. Por otro lado, aparecen casos de conflictos, por ejemplo, entre las comunidades locales con IC y algunos agentes internos y externos, en particular respecto a temas de acceso y uso de recursos naturales. Se necesita diseñar estrategias y métodos que estimulen y faciliten —sobre una base mínima compartida— procesos de desarrollo con IC en una escala territorial y que los mismos sean adecuados a las diferentes condiciones locales y sus entornos nacionales y regionales, evitando la simple copia de experiencias europeas o de otras regiones del mundo.

Y finalmente, no existe aún un espacio regional (latinoamericano) donde los diversos actores que actúan en este tema puedan dialogar, sistematizar su práctica, aprender unos de los otros y colaborar en la solución de problemas comunes. Los espacios generados por la primera fase del proyecto son un paso en esa dirección, pero distan aún de constituirse en un actor regional capaz de disputar los ámbitos de la política pública y de la formación de opinión o de influir en las corrientes de inversión para el desarrollo. Existe una demanda y disponibilidad de invertir en iniciativas de diálogo, interaprendizaje, síntesis y colaboración de escala regional, que articulen a actores diversos tales como organizaciones

sociales y culturales, empresarios, operadores territoriales, responsables de proyectos de desarrollo, de agencias internacionales, intelectuales y políticos.

Estamos buscando analizar estos tres desafíos en la segunda fase del proyecto, denominada “Desarrollo Territorial Rural con Identidad Cultural”, siempre con la colaboración de la Fundación Ford, y al mismo tiempo, estamos ampliando y consolidando la red de contribuciones públicas y privadas.<sup>10</sup>

Este libro es parte del esfuerzo por vincular la nueva fase con la anterior, mediante un hilo de continuidad y profundización de la articulación entre investigación aplicada, desarrollo de capacidades territoriales y búsqueda de incidencia en espacios de tomas de decisiones públicas y privadas.

Me es muy grato agradecer institucional y personalmente a los autores de cada artículo por el esfuerzo de síntesis realizado en función de esta publicación, lo cual obligó a recortar mucha información valiosa;<sup>11</sup> a Maria Fonte y Alexander Schejtman por su excelente esfuerzo de análisis e interpretación del conjunto de los casos; al mismo Schejtman por su valiosa colaboración en la edición global del texto; a Jaime Urrutia, por su lectura y presentación como un actor importante de estos procesos al ser el Director del Centro Regional para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de América Latina (CRESPIAL); y a Carolina Porras, joven y proactiva colaboradora del Proyecto DTR-IC y valioso apoyo frente al reto que representaba la estructuración general del texto. Finalmente, nos honra que el Instituto de Estudios Peruanos (IEP) haya colaborado en la edición, publicación y difusión de este volumen.

---

10. Para la información sobre la nueva fase ver: [www.rimisp.org/territorioeidentidad2](http://www.rimisp.org/territorioeidentidad2)

11. La información completa se encuentra en: [http://www.rimisp.org/proyectos/nuevas\\_subsecciones.php?id\\_proyecto=188&id\\_sudceccion=56](http://www.rimisp.org/proyectos/nuevas_subsecciones.php?id_proyecto=188&id_sudceccion=56)



## ANEXO 1

### MARCO ANALÍTICO

Los ejes de análisis planteados para los estudios de caso de DTR-IC han sido los siguientes:

1. Tipo de experiencias
2. Características de las estrategias de DTR-IC
3. Incentivos para el DTR-IC

#### **Tipos de experiencias**

Al comienzo de los estudios de caso se acopiarán datos y se hará una descripción básica con la información secundaria disponible y con un primer trabajo en terreno que permitan caracterizar, con los propios actores locales, el caso desde el punto de vista de la estrategia de valorización de la IC del territorio estudiado. Los temas a considerarse serán:

#### ***Territorio y sistema de producción local***

- Ubicación geográfica y agroecológica<sup>1</sup>
- Escala/dimensión del territorio
- Conexiones internas y externas
- Objetivos y dinámicas de desarrollo

#### ***Activos culturales***<sup>2</sup>

- Materiales/inmateriales; móviles/inmóviles (sustancialmente en qué productos y servicios se expresa el patrimonio cultural local)
- En fase de valorización (qué se ha hecho para valorizar dicho patrimonio cultural local)

- 
1. El énfasis en la contextualización agroecológica será mayor en aquellos casos en los que los productos del agro sean elementos fundamentales de las estrategias de DTR-IC. Sin embargo, un mínimo nivel de contexto agroecológico será requerido para todos los estudios, puesto que él influye en la opción por una u otra estrategia.
  2. “Se entiende por Activos el patrimonio material (financiero, físico, natural) e inmaterial (cultural, relacional, conocimiento, habilidades) de una persona o grupo de personas, que al incrementarse y combinarse puede mejorar su calidad de vida y el bienestar de su familia”.

- Potenciales de ser valorizados
- Facilidades y restricciones para la valorización

### ***Actores, redes e instituciones relacionados con la valorización de la identidad cultural del territorio***

- Actores
- Redes
- Instituciones

### ***Estrategias existentes para la valorización de la identidad cultural del territorio***

- DTR-IC con base en productos individuales comercializados mayormente *ex situ* (o estrategia sectorial)
- DTR-IC con base en canasta de bienes y servicios comercializados mayormente *in situ* (o estrategia integral)

### **Características de las estrategias de desarrollo territorial rural con identidad cultural**

Luego del primer acopio de datos, se procederá a levantar información cuali-cuantitativa más precisa que, en relación con la estrategia de DTR-IC predominante en el territorio, permita identificar, analizar y caracterizar los siguientes ejes de análisis, respondiendo a las preguntas concretas:

### ***Los objetivos del desarrollo territorial rural con identidad cultural***

- a. ¿Es posible hablar realmente de un DTR-IC en el territorio? ¿Se trata de un proceso maduro, en fase de fortalecimiento o incipiente? ¿Cuáles serían los parámetros para definir cada uno de los anteriores grados?
- b. ¿Cuáles son los principales objetivos que se persiguen en el ámbito local a través del DTR-IC (económicos, sociales, ambientales)?
- c. ¿Estos objetivos se interrelacionan entre sí o se prioriza uno de ellos?
- d. ¿En qué se expresan estos objetivos concretamente? ¿En las políticas, planes/programas de inversión pública? ¿En iniciativas privadas articuladas a lo público? ¿Sólo en iniciativas privadas?

### ***La incorporación y visualización de la identidad cultural del territorio***

- a. ¿En qué productos y servicios principales se basa la estrategia de DTR-IC identificada? ¿Se trata de un patrimonio predominantemente inmaterial o material? ¿De bienes móviles o de bienes inmóviles? ¿De una mezcla de ambos?
- b. ¿Se trata de productos y servicios preexistentes, parte integrante del patrimonio cultural local, y/o son nuevos?
- c. ¿Los productos y servicios que están siendo valorizados incluyen a la mayor parte de la gama de activos culturales del territorio o sólo a una parte muy limitada de aquellos? Si ocurre lo segundo, ¿por cuáles razones la gama de la valorización es restringida?
- d. ¿Qué procesos de innovación se están introduciendo en qué parte del proceso de producción, agregación de valor y comercialización? ¿Cuáles son los principios que rigen estos procesos de innovación (estándares de calidad externos al territorio; decisiones autónomas; etc...)?
- e. ¿Quiénes son los actores, las redes y las instituciones principalmente involucrados en su valorización y qué rol desempeñan? (actores locales, extralocales, migrantes; individuos —hombres, mujeres; hogares; organizaciones sociales; empresas especializadas o no; instituciones públicas; instituciones privadas...). ¿Qué acciones colectivas se impulsan?
- f. Entre estas acciones, ¿se visualizan aquellas relacionadas con la protección de la identidad y el patrimonio cultural? ¿La protección es considerada importante y suficiente por parte de la comunidad local?
- g. ¿Quiénes son los actores, redes e instituciones que obstaculizan la valorización de la IC y por qué razones?
- h. ¿Cuáles son los elementos más relevantes referidos a la buena gobernanza de estos procesos de valorización y cuáles son los principales conflictos y tensiones que se están visualizando?

### ***La valoración en el mercado***

- a. ¿Existe demanda para los productos y servicios con IC identificados? Estimar y caracterizar la demanda.
- b. ¿A qué tipo de mercados acceden los productos y servicios con IC identificados?

- Locales
  - Especiales (*fair trade*, circuitos especiales de consumidores, circuitos institucionales a los que se accede por apoyo solidario o simpatía política)
  - Convencionales / internacionales
- La diferencia entre los mercados implica diferencias en términos de: i) actores —hombres y mujeres—, redes, instituciones; procesos de innovación involucrados; ii) determinantes de acceso; iii) costos y beneficios; y iv) necesidades de servicios y políticas.
- c. ¿En qué se basan las preferencias de los consumidores?
- ¿Cuáles son las características de un producto o servicios con IC?
  - ¿Bajo qué condiciones los consumidores premian un servicio y producto con IC?
  - ¿Cómo valoran los consumidores la calidad cultural de un producto y servicio (por precio, por la organización que produce/distribuye, por los estándares seguidos en alguna fase de producción y el resto de la cadena; por la opinión de terceros; por valores éticos...)?
  - ¿La calidad cultural del producto y servicio es percibida como “adicional” a la calidad general del producto o servicio, o como “sustitutiva”? ¿Y en este último caso (“lo sustitutivo”), contra qué se compete?
- d. ¿Cuál es el comportamiento de los costos y su financiamiento?
- ¿Cuáles son los costos directos (operación; innovación)?
  - ¿Cuáles son los otros costos —incluidos los de transacción— en los que se incurre (por ejemplo, para coordinación/acción colectiva; certificación y otras normas; cumplimiento de los estándares de calidad cultural; fiscalización y ejercicio de los derechos de propiedad intelectual; protección del patrimonio cultural)?
  - ¿Cómo y quiénes financian estos costos?

### ***Las determinantes de acceso***

- a. ¿Cuáles son los activos (humanos, sociales, financieros, naturales y físicos) necesarios para acceder a las estrategias de DTR-IC?
- b. ¿Cuáles son los principales factores que tienden a restringir dicho acceso?

- c. ¿La protección de la identidad y el patrimonio local es una base suficiente/importante o un obstáculo para la valorización económica?
- d. ¿Cuáles son los actores, sectores, grupos que son excluidos o que participan con menos posibilidades? ¿Existen evidencias de mayores inequidades en el caso de los grupos generalmente más excluidos, como los más pobres, las mujeres, los jóvenes?

### ***Los beneficios y su distribución***

- a. ¿Cuáles son los principales beneficios que derivan de las estrategias de DTR-IC?
  - En el ámbito de los activos “intangibles”: humanos (autoestima, identidad, sentido de pertenencia, orgullo, respeto...), sociales (cohesión social, redes extraterritoriales, mayor intermediación social...)
  - En el ámbito de los activos “tangibles”: financieros (ingresos, empleo); físicos (dotación y acceso a infraestructura, equipos...); naturales (conservación de recursos, buen manejo...)
- b. Al revés, ¿existen eventuales efectos negativos de las estrategias de DTR-IC sobre los activos? ¿Cuáles?
- c. ¿Cómo se distribuyen esos beneficios, cuáles son las eventuales inequidades que se están visualizando y por qué razones?
- d. ¿Hay efectos en el escalonamiento (entendido como ampliación de beneficiarios y beneficios, efectos e impactos) de procesos de DTR-IC en el territorio y fuera del territorio? ¿Cuáles son los factores que facilitan este escalonamiento o que lo obstaculizan?

### **Incentivos para el desarrollo territorial rural con identidad cultural**

Habiendo caracterizado los comportamientos y tendencias de las estrategias de DTR-IC, en función de responder a la pregunta de fondo confirmando —o no— las hipótesis del proyecto, se trabajará de manera orientada a definir recomendaciones estratégicas en diferentes niveles, considerados en una lógica de *innovaciones*. Los ejes a considerarse, basados en procesos de consulta con los actores involucrados, serán los siguientes:

### ***En el ámbito de las políticas e inversiones públicas***

- ¿Qué es necesario modificar/complementar en las actuales políticas y en los mecanismos de inversión pública en función de un DTR-IC relacionado con determinados territorios?
- ¿Qué articulaciones son necesarias entre niveles locales y centrales, y entre las políticas sectoriales y territoriales para que aquello ocurra?
- ¿Cómo se puede impulsar el mejoramiento de las probabilidades de equidad social al interior del territorio y de estrategias *win win* entre desarrollo económico y las otras dimensiones de un desarrollo sustentable?

### ***En el ámbito de los servicios***

- Formas de reconocimiento, certificación y valorización de los activos y las inversiones culturales (certificaciones, normativas de derechos de propiedad intelectual y de protección del conocimiento tradicional). Diferenciar entre lo formal y lo informal
- Innovación y aprendizaje/desarrollo de capacidades
- Gestión del conocimiento
- Marketing territorial
- Servicios técnicos
- Servicios financieros

### ***En el ámbito de los roles de distintos sectores***

- Actores locales portadores de IC (individuos, hogares, organizaciones, redes)
- Empresas locales y externas
- Migrantes
- Entes técnicos de servicios
- Gobiernos locales
- Instituciones públicas centrales normativas
- Instituciones culturales
- Instancias de la sociedad civil
- Asociaciones de consumidores
- Universidades y centros de investigación
- Agencias de cooperación

## ANEXO 2

### CRITERIOS DE SELECCIÓN DE LOS ESTUDIOS DE CASO

#### **Territorios rurales con importantes niveles de pobreza**

- a) Territorios definidos por indicadores masivos de pobreza. Por ejemplo, áreas con altos niveles de ruralidad y presencia de poblaciones indígenas.
- b) Territorios en los que determinadas dinámicas de desarrollo están provocando o han provocado importantes niveles de diferenciación social y pobreza (referidas a un grupo social con menos activos, a los pueblos indígenas, a la dimensión de género y generacional). Por ejemplo, áreas de migración y colonias.

En ambos casos la dimensión del territorio debe ser relevante y no micro (por ejemplo, reducida a pocas comunidades con escasa población y con procesos de valorización muy incipientes o meramente potenciales).

#### **Diferentes estrategias de desarrollo territorial rural con identidad cultural**

- a) DTR-IC sectoriales con base en productos
- b) DTR-IC integrales con base en una canasta de bienes y servicios

Las dinámicas internas y externas al territorio deberán ser sugerentes en función de las políticas y diversos actores interesados. Por ejemplo, no será posible realizar un caso sólo alrededor de un festival o una feria, sino que se deberá incluir lo relevante de las iniciativas territoriales de valorización de la IC; tampoco se estudiará un producto sin que sea evidente la incorporación en el mismo de rasgos de IC, haciéndolo emblemático particularmente en relación con mercados externos.

#### **Diferentes combinaciones internas a esas estrategias en relación con las características señaladas en el marco analítico**

- a) Los objetivos del DTR-IC
- b) La incorporación y visualización de la IC del territorio
- c) La valoración en el mercado
- d) Las determinantes de acceso
- e) Los beneficios y su distribución

**CUADRO B: CUADRO ANALÍTICO SOBRE LA CARACTERIZACIÓN DE ESTRATEGIAS DE DESARROLLO TERRITORIAL RURAL CON IDENTIDAD CULTURAL**

<b>EJES DE ANÁLISIS</b>	<b>PREGUNTAS</b>	<b>DTR-IC SECTORIAL (BASADA EN PRODUCTO)</b>	<b>DTR-IC INTEGRAL (BASADA EN UNA CANASTA DE BIENES Y SERVICIOS)</b>
OBJETIVOS DEL DTR-IC	Económicos		
	Sociales		
	Ambientales		
INCORPORACIÓN Y VISUALIZACIÓN DE LA IC DEL TERRITORIO	Prioridad asignada a los objetivos y grado de articulación entre ellos		
	Características/tipo de productos y servicios en fase de valorización (materiales/inmateriales, móviles/inmóviles, preexistentes/nuevos)		
	Productos y servicios valorizados respecto a la gama disponible de activos culturales locales		
	Características de los procesos de innovación		
	Actores, redes e instituciones involucrados positivamente en la valorización (y sus roles) y acciones colectivas (explicitando protección del patrimonio cultural)		
	Actores, redes e instituciones que obstaculizan la valorización (y sus roles)		
Gobernanza en los procesos de valorización: elementos facilitadores, conflictos y tensiones			



VALORIZACIÓN EN EL MERCADO	Estimación y caracterización de la demanda	
	Tipo de mercados	
	Preferencias de los consumidores	
	Costos y financiamiento	
DETERMINANTES DE ACCESO	Factores que facilitan el acceso: disponibilidad de activos y tipo de activos	
	Factores que restringen el acceso	
	Actores, sectores, grupos excluidos (evidencia de mayores inequidades en mujeres, jóvenes, más pobres)	
BENEFICIOS Y DISTRIBUCIÓN	Beneficios en la dotación y acceso a activos	
	Efectos negativos en la dotación y acceso a activos	
	Distribución de los beneficios y eventuales inequidades	
	Escalonamiento (factores que facilitan u obstaculizan)	

Elaboración propia, 2008.