

## 2 ANALIZANDO EL DESARROLLO TERRITORIAL RURAL A PARTIR DE LOS ESTUDIOS DE CASO

*Alexander Schejtman*<sup>1</sup>

### Introducción

El presente trabajo constituye una reflexión inducida por la lectura de los estudios de caso preparados para el Proyecto Desarrollo Territorial Rural con Identidad Cultural (DTR-IC) que forman parte de este volumen.<sup>2</sup> Se trata básicamente de considerar tres cuestiones conceptuales orientadas más a abrir el debate sobre los alcances de este enfoque que a sugerir formulaciones definitivas para el diseño de estrategias basadas en la identidad cultural (IC).

La primera cuestión está referida al *locus* del territorio rural y su referente institucional examinando muy esquemáticamente cómo estos dos aspectos han sido tratados en los estudios de caso del DTR-IC.

La segunda cuestión plantea el por qué se releva la identidad y la cultura para el desarrollo territorial rural (DTR) (es decir, ¿por qué el apellido?) y cómo se integra a la luz de los casos.

La tercera especula sobre las diferencias estratégicas entre un DTR-IC basado en el turismo y uno basado en la venta extraterritorio de los productos con IC dado que en casi todos los casos presentados las opciones de DTR-IC están determinadas por el turismo.

- 
1. Investigador principal de RIMISP – Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural.
  2. Ver al respecto la síntesis analítica elaborada por Fonte para este volumen.

## **El estatus del concepto de territorio rural en el enfoque territorial**

El enfoque territorial del desarrollo rural está todavía lejos de constituir un nuevo paradigma o una nueva teoría para la acción en el espacio rural, sin perjuicio de lo cual, los diversos intentos de reconceptualización del desarrollo rural tienen tres elementos importantes en común: la consideración de que lo rural va más allá de lo agrícola; el reconocimiento de la centralidad de los recursos naturales; y el papel clave de los vínculos urbano-rurales en la constitución del territorio rural.

Compartir dichos elementos no parece haberse traducido, en la literatura y en la práctica, en una clara coincidencia en lo que es o no un territorio rural, como lo revelan los calificativos a una variedad de experiencias de desarrollo rural.

En Schejtman y Berdegué (2004) el territorio aparece definido como una construcción social, pues corresponde a “un espacio con identidad y con un proyecto de desarrollo concertado socialmente”, y comparte los aspectos comunes a que se hiciera referencia. Sin embargo, aunque la propuesta está construida a partir de aportes diversos de las ciencias sociales, su propósito es sobre todo de tipo normativo pues apunta a la formulación de estrategias, programas o políticas de desarrollo y a su puesta en marcha a partir de un conjunto de determinados criterios y este parece ser el concepto de territorio asumido por la propuesta de un DTR-IC.

En el texto destinado a dar cuenta del estado del arte del DTR-IC (Fonte y Ranaboldo 2007) no hay un intento taxativo por definir territorio rural pero se hacen referencias a aproximaciones de diversos autores sin comprometerse con ninguna, entre otras: a la de Raffestin (1993), para quien territorio es un espacio que ha sido apropiado por la acción social de diferentes actores en un particular juego de poder, o a la de Tizon (1995), para quien territorio es “un ambiente de vida, de acción y de pensamiento de una comunidad asociado a procesos de construcción de identidad”, o a la de Abramovay (1999), para quien se trata de “una trama de relaciones con raíces históricas, configuraciones políticas e identidades que ejercen un papel todavía poco conocido en el propio desarrollo económico” (citadas por Flores 2007).

Sin perjuicio de las coincidencias y diferencias que es posible constatar en la proliferación de trabajos sobre desarrollo territorial rural, la determinación y delimitación del territorio y el lugar de su referente institucional son dos ambigüedades o indefiniciones que se introducen tanto en la literatura normativa como en los propios estudios y proyectos calificados o autocalificados de territoriales. Una exploración del concepto de territorio implícito en los estudios de caso del proyecto DTR-IC puede contribuir a explicitar las diversas connotaciones que dicho concepto puede asumir a través de trabajos que partieron por postular como territorios los espacios objeto de su investigación.

### **El locus del territorio y de su institucionalidad en los estudios de caso del desarrollo territorial rural con identidad cultural**

En la literatura sobre desarrollo rural se suele señalar que los límites del territorio no corresponden necesariamente a los establecidos por las divisiones político-administrativas y tampoco necesariamente a los espacios definidos por las cuencas hidrográficas. Sin embargo, esta definición de lo que no es, ni contribuye a su reconocimiento a la hora de elaborar un diagnóstico para el diseño de programas, ni a la determinación del interlocutor o referente institucional de dicho espacio. Dada esta ausencia, los estudios de caso han tomado la IC asumida o imputada como eje de la delimitación de los territorios estudiados y como interlocutores, cuando se explicitan, de una variedad de agentes e instituciones.

*En Cotacachi (Ecuador)*, el territorio y el municipio se confunden pero el municipio integra tres espacios con potencialidades y demandas no siempre convergentes (Intag,<sup>3</sup> andino rural y urbano)

---

3. Intag es una zona subtropical del cantón, con una alta proporción de población rural (85%) predominantemente mestiza y dedicada a actividades agropecuarias que viene experimentando un proceso acelerado de fragmentación/concentración de la propiedad de la tierra. Entre otros cultivos, produce café orgánico destinado al mercado de Comercio Justo.

que han impedido la gestación de un proyecto consensuado pues, por una parte, está el Plan de Desarrollo Intercultural del Cantón Cotacachi de la Asamblea de la Unidad Cantonal de Cotacachi (AUCC), que supuestamente representa a todos los actores sociales sectoriales y territoriales, y por otra, el Plan de Desarrollo con Identidad de la Unión de Organizaciones Indígenas y Campesinas de Cotacachi (UNORCAC) que agrupa a 43 comunidades del espacio andino-rural como reafirmación frente a la población blanca y mestiza.

*En el valle del Colca (Perú)*, el “territorio” es en rigor un archipiélago de microexperiencias de desarrollo con IC impulsadas por actores con gran autonomía en sus estrategias de capitalización del patrimonio cultural/natural. La aparente cohesión del valle está dada por la etiqueta “valle del Colca”, convertida en una “marca cultural” bajo la cual se cobijan procesos muy diferentes, algunos de los cuales tienen como alero a la Autoridad Autónoma del Colca (AUTOCOLCA), instancia del gobierno regional encargada de la elaboración del Plan Maestro para el Desarrollo y Gestión Sostenible del Turismo en el valle del Colca, que comprende a los pueblos de Callalli, Sibayo, Tuti, Chivay y Cabanaconde.

*En la campiña de Moche (Perú)*, el desarrollo se da en torno a las huacas del Sol y de la Luna (o Huacas de Moche) y el territorio corresponde a la campiña que es parte de un distrito, aunque su delimitación no la definen los límites de éste sino las articulaciones directas que en materia de turismo y de productos con IC surgen de la presencia y difusión de los monumentos arqueológicos. Dichos monumentos actúan como “marcas culturales” que inducen la redinamización de los vínculos con los habitantes de Trujillo como demandantes de servicios. Los referentes institucionales son el proyecto arqueológico y el Patronato del Valle de Moche, con una marginal participación de las autoridades locales o del gobierno central.

*En Túcume (Perú)*, aunque el territorio coincide con el municipio, el papel de este último en el proceso de gestación y desarrollo del sitio no es el de un actor clave sino más bien el de un apoyo cambiante como plataforma para otras iniciativas del alcalde. Aquí, el proyecto arqueológico primero y el museo de sitio después, constituyen

los referentes articuladores de un proceso de DTR que integra “lo prehispánico con las tradiciones coloniales y republicanas”. Su lejanía respecto a un centro urbano importante en términos turísticos y una gobernanza celosa de la autenticidad de su oferta turística y de la calidad de sus artesanías, no han conducido a una dinámica turística como la de Moche cercano a Trujillo.

En contraste con estas experiencias, el descubrimiento del Señor de Sipán y su traslado desde el lugar de origen “desterritorializó” su valor simbólico para ser apropiado como un icono nacional sin que la población o las autoridades se movilizaran para impedirlo. El descubrimiento de la Señora de Cao puede tener igual destino si las autoridades y la población de Magdalena de Cao no se movilizan para impedirlo.

*El archipiélago de Chiloé (Chile)* constituye un territorio con una definida identidad, que ha sido asumida como tal por su población y reconocida por terceros en el país y en el extranjero por su biodiversidad, sus parques nacionales y bosques nativos, sus costumbres y tradiciones, su gastronomía, su original arquitectura, sus palafitos, su artesanía, sus mitos y leyendas y sus iglesias que son patrimonio de la humanidad. Todo este capital no ha logrado generar lo que, en sentido estricto, puede calificarse de una estrategia de DTR-IC, salvo que se entienda por estrategia la infinidad de iniciativas dispersas de personas y organismos adoptadas invocando la IC. Desde el punto de vista de su gobernanza, Chiloé es un caso clásico de lo que en la teoría económica se llaman las “fallas de coordinación” en que proliferan los organismos públicos y la multiplicidad de mesas participativas sin que surja una estrategia territorial a pesar incluso de la existencia de una asociación de municipalidades que cubre el territorio. Sólo recientemente algunas iniciativas de instituciones privadas y mixtas, junto con la universidad, están impulsando proyectos concretos para superar esta situación.

*Vale dos Vinhedos en Rio Grande do Sur (Brasil)* constituye un caso interesante en el que un desarrollo dinámico de la transformación productiva en torno a los viñedos y de recuperación de los elementos identitarios de la inmigración italiana se traduce en una redefinición de la propia división político-administrativa de

la alcaldía y conduce a la creación del distrito Vale dos Vinhedos como una subalcaldía. Lo anterior lleva al establecimiento de la indicación de procedencia para sus vinos y a una nueva reglamentación destinada a regular la ocupación del suelo. La existencia de un referente con autonomía y capacidad de interlocución con las autoridades, corporizada en la Associação dos Produtores de Vinos Finos do Vale dos Vinhedos (APROVALE), está detrás de este caso en que la delimitación del territorio es sancionada con la condición jurídica de subalcaldía.

*Caminhos de Pedra*, en la misma región que Vale dos Vinhedos (Brasil), corresponde también a un proceso de valorización de identidad protagonizado por inmigrantes italianos en un territorio con menos potencialidades, pero aquí el territorio, a diferencia del anterior, está referido más a una ruta que a una entidad político-administrativa. Se trata de un recorrido que encadena, por así decirlo, una serie de casas, bodegas, locales y otras estructuras rescatadas o revalorizadas por su valor simbólico en el distrito de San Pedro, que sirven de marco a la producción y venta de productos con IC y a actividades culturales relativas al idioma y al folclore. Su gestación y administración corresponde a la Asociación Caminhos de Pedra, una especie de iniciativa privada sin fines de lucro que recibe fondos de la Ley de Incentivo a la Cultura del Estado de Rio Grande do Sul y que no parece tener vínculos formales ni con el municipio ni con el distrito.

*En San Basilio de Palenque (Colombia)*, territorio y corregimiento (parte de un municipio) son una sola unidad, pero aquí es la identidad el elemento relevante y la división política el accesorio, pues estamos en presencia de un espacio que no sólo corresponde a herederos de una gesta libertaria de principios del siglo XVII, sino con una lengua propia y que ha sido elegido por la UNESCO como Obra Maestra del Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad. Los esfuerzos relativamente recientes por rescatar y valorizar su lengua y sus tradiciones, su tamaño (cuatrocientas familias) y su cercanía a Cartagena de Indias, sugieren la presencia de un espacio en vías de territorialización a partir de la madurez de dichos esfuerzos y de que se potencien sus vínculos con Cartagena como demandante de sus productos y servicios con IC.

*En Concepción (Bolivia)* el municipio concentra muchos de los atributos culturales de la Chiquitanía que sirvieron de fundamento a la elección del caso (la iglesia misional, el centro histórico, el museo, entre otros) y su gobierno local tiene una cierta estabilidad y continuidad; sin embargo, reducido el DTR a la escala del municipio resulta insuficiente para un proceso significativo de transformación productiva, en circunstancias en que el conjunto de estructuras organizativas de la Chiquitanía (por ejemplo, la mancomunidad) pudieran ser los embriones de una instancia que cumpla un papel en la conformación de un motor de dicha transformación. En este sentido parece razonable la hipótesis de que la propia viabilidad del DTR en Concepción depende de que éste haya sido asumido por el conjunto de la región, profundizando los vínculos entre el Plan Estratégico de Desarrollo Sustentable y Competitivo de la Mancomunidad 2002-2012 y los planes de desarrollo municipales (PDM) y planes operativos anuales (POA) de Concepción.

*En los oasis mendocinos (Argentina)*, los departamentos General Alvear y Tunuyán tienen elementos potenciales de llegar a “territorios” (densidad, elementos identitarios reconocibles y revalorizándose), pero carecen de un plan o proyecto que integre la suma de iniciativas individuales y no existen iniciativas públicas ni de organizaciones privadas que impulsen la gestación de una institucionalidad que apunte en dicha dirección. En Tunuyán, el vino es el eje que abre espacios al turismo y por esa vía a otras actividades o productos culturales; en General Alvear la precariedad del ejvino obliga a opciones de rescate de identidad que como iniciativas individuales no alcanzan una masa crítica en la que apoyar el DTR, y en ambos, la autoridad pública está prácticamente ausente.

*San Pedro Necta de Huehuetenango (Guatemala), Los Santos (Costa Rica), La Fortuna (Honduras) y Pluma Hidalgo (México)* constituyen un intento de exploración sobre las posibilidades de un DTR a partir de la identidad de un producto, en este caso, el café. Los resultados muestran las dificultades inherentes a un proceso de este tipo, aun en los casos en que hay una fuerte identificación entre el producto y su lugar de origen y que se está en presencia de comunidades consolidadas en las que, incluso, la búsqueda de una denominación de origen es vista a veces con cierta

indiferencia. En Costa Rica, la opción de desarrollo se abre al turismo y a otras producciones sin un vínculo claro con el café y sólo en Honduras, tal vez por su reciente formación, los excedentes del café se invierten en su consolidación.

### *Lo “territorial” y su institucionalidad<sup>4</sup>*

De los casos presentados de manera muy esquemática, surge toda una gama de situaciones de conceptualización de lo “territorial” pues, en efecto, tenemos algunos casos en los que el territorio se restringe a la división política administrativa, cuando la lógica indicaría que sus límites van más allá de los establecidos por dicha división, como ocurre con Concepción. Por contraste, tenemos situaciones en las que se consolida la delimitación del territorio y para su fortalecimiento se busca y obtiene una delimitación político administrativa legal, como en el caso de Vale dos Vinhedos. Tenemos también aquellos casos en que de una manera natural coincide el territorio y la división administrativa, como en Túcume y San Basilio de Palenque, aunque en este último caso, dicha coincidencia se hace irrelevante en la medida en que la autoridad política no fortalece la capacidad autogestionaria.<sup>5</sup> Casos en los que la delimitación espacial se sostiene sin necesidad de su adscripción a una entidad político administrativa, como la campaña de Moche. Tenemos casos con una clara y fuerte identidad asumida

---

4. Sobre gobernanza e institucionalidad ver el importante acápite de Fonte “La gobernanza del DTR-IC”, en este volumen, en que se profundizan y en cierta medida califican las apreciaciones hechas en este punto.

5. Esta limitación es destacada en el estudio de caso señalando que “el territorio no está presente en la agenda del desarrollo en el nivel departamental ni en el nacional. Al no ser una entidad territorial dentro de la organización político-administrativa del Estado, Palenque carece de autonomía para la gestión de sus políticas y recursos. Las instituciones formales responsables de su futuro no lo reconocen y mucho menos son conscientes de su particularidad. Dicha situación contrasta con el importante esfuerzo que ha hecho la comunidad palenquera, con el compromiso de sus líderes que han logrado reivindicar su identidad y ganar paulatinamente espacios de reconocimiento tanto nacional como internacional”.



por su población y por el mundo externo, pero que carecen de un proyecto de desarrollo territorial, como Chiloé y San Basilio de Palenque. Tenemos casos en que a una ruta administrada por una asociación se le concede la calidad de territorio, como ocurre con Caminhos de Pedra, y finalmente, tenemos casos en que a un archipiélago de microempresas se le atribuye la condición de territorio por una “marca” que sugiere una identidad simbólica, como el valle del Colca, en donde el Proyecto de Desarrollo Sierra Sur (PDSS) está impulsando iniciativas tendientes a una mayor articulación de actores y activos en el territorio.

En materia de referentes institucionales encontramos también toda una gama de situaciones que van desde aquellas en que es la autoridad político administrativa el eje o la promotora de las iniciativas (Concepción y Cotacachi), hasta situaciones en que dichas iniciativas y la conducción de los procesos corresponden a organismos privados con poca o ninguna participación pública en la gestación y desarrollo de los procesos (Vale dos Vinhedos, Caminhos de Pedra y Moche), pasando por otras en que no hay un referente claro (valle del Colca, Chiloé) o dicho referente está en proceso de constituirse.

Cabe destacar, en relación con el tema del referente institucional, o si se quiere, de la gobernanza territorial, que en ninguno de los casos tenemos una instancia comparable a los grupos de acción local de los proyectos Leader,<sup>6</sup> en otras palabras, una instancia público-privada que tenga autoridad sobre el uso de los recursos para la implementación de los programas de DTR. Es cierto que en algunos casos se mencionan mesas de concertación para aspectos particulares del proceso y es probable que algunas hayan sido efectivas en sus cometidos, pero en los casos en que encontramos razonablemente configurados los procesos de DTR-IC

---

6. Los grupos de acción local (GAL) agrupan en calidad de socios a los agentes e instituciones locales y comarcales representativos de los sectores público y privado. Ejercen funciones que habitualmente correspondían a la administración pública y tienen por finalidad formular la estrategia de desarrollo de su territorio identificando acciones innovadoras para cuya implementación postulan a los recursos asignados por la Comunidad Europea para estos efectos y realizan el seguimiento y la evaluación de su empleo.

(Moche, Túcume y Vale dos Vinhedos), son los entes privados (con algunos recursos públicos) los que asumieron el papel de las plataformas público-privadas características de la experiencia europea.

### **Identidad cultural y desarrollo territorial rural con identidad cultural: las opciones de estrategia**

En el documento titulado *Desarrollo territorial rural* (Schejtman y Berdegué 2004), la idea de la identidad se planteaba como un elemento central de la constitución del territorio, ya sea como una condición a priori o como un elemento a construir a partir de un proyecto consensuado sobre la vocación y destino del desarrollo de dicho territorio. La IC por su parte era concebida como un activo potencial susceptible de ser valorizado en el mercado, ya sea a través de productos o a través del propio territorio, señalando a partir de Ray (1998), las diferentes vías por las cuales los vínculos entre productos culturales y territorio podrían adquirir la condición de bienes mercantiles. El reconocimiento del valor potencial de la IC no tuvo sin embargo un mayor desarrollo a lo largo de dicho documento, al quedar subsumido o implícito en la condición genérica del conjunto de los activos disponibles de las familias rurales para enfrentar los desafíos planteados por la globalización y el ajuste estructural. Este relativo reduccionismo funcionalista de la IC, que no indaga en otras de las implicaciones extra mercantiles de este “capital simbólico” (Flashland 2003), puede haber conducido a una lectura economicista del DTR, por lo que el DTR-IC constituiría un intento afortunado de profundizar los vínculos entre desarrollo territorial y cultura contribuyendo a llenar ese vacío. En este sentido, los materiales presentados en este volumen, así como las reflexiones de orden más general realizadas a partir de los casos, constituyen un punto de partida para una profundización de esta veta que conduzca, entre otras cosas, a un fortalecimiento de los elementos normativos de eventuales estrategias de DTR-IC.

La revalorización de la identidad debe leerse como una reacción a las tendencias homogeneizadoras de la globalización. Se trata, como sugiere Castells (1999), de la contraposición de la

singularidad cultural, la individualidad personal y el control de la vida propia frente a dichas tendencias, y puede tener un carácter proactivo, como ocurre por ejemplo, con algunos movimientos sociales (ecologismo, feminismo), o un carácter reactivo, propio de los diversos fundamentalismos. Dichas tendencias, como se señala más adelante, pueden estar presentes en las posibles orientaciones que asuman las propuestas de desarrollo basadas en la identidad.

La cultura, como sujeto de análisis de la teoría y de la política económica, se ha constituido en un área relativamente nueva de especialización y es su adecuada integración la que fortalecerá los avances normativos del DTR-IC. Dicha literatura, en alguno de sus textos básicos, distingue entre una acepción sociológica o antropológica y una acepción funcional del término cultura. La acepción sociológica la refiere a las costumbres, valores, hábitos y creencias compartidos por un grupo determinado (en nuestro caso un territorio) que pueden substanciarse en signos, lenguaje, textos, artefactos, tradiciones orales o escritas cuya función crítica es la de contribuir a la identidad del grupo, distinguiéndolo de otros grupos. La acepción funcional aparece como un adjetivo adscrito a bienes o productos culturales que tendrían los siguientes atributos: un contenido de creatividad en su producción, capacidad de comunicación simbólica y potencialidades de postular a su propiedad intelectual. La cultura como atributo aparece neutral, pero entendida como proceso pierde la neutralidad al incorporar consideraciones de poder, como la expresión “cultura dominante” o “cultura popular” (Thorsby 2001). En varios de los casos estudiados (así como en los movimientos sociales), el rescate y la reivindicación de la identidad de grupos subalternos frente a los discursos culturales hegemónicos aparece como un producto valorado, más allá de su significado económico.<sup>7</sup>

Al incorporar la IC en la formulación del DTR, todas las propuestas reconocen de manera explícita que la globalización constituye un fenómeno suficientemente significativo como para ameritar algún tipo de reacción frente a los desafíos que plantea.

---

7. Ver al respecto la abundante literatura sobre subalternidad cultural, como Gramsci (1980) y Walsh (2001).

Formuladas en términos muy esquemáticos, se pueden considerar tres aproximaciones: la pasiva, la defensiva y la proactiva.

La aproximación pasiva (¿neoliberal?) asume implícitamente que el mercado terminará por regular los efectos derivados del ajuste y la globalización y apunta, por lo tanto, a adecuarse a las condiciones impuestas por la nueva realidad sin cuestionarla. Sus propuestas se restringen a la apertura del territorio a la competencia, corriendo el riesgo “de pasar de la inserción competitiva a la venta del territorio” (Madoery 2003: 3) si la transformación productiva no logra generar actividades territoriales capaces de acceder a mercados dinámicos. La competitividad de los “productos con IC” estaría regida por las reglas del mercado y su valorización por el grado en que sus diferencias con los productos genéricos puedan ser percibidas (Ramírez 2007).

Por contraste a la anterior, la aproximación defensiva (¿neopopulista?) asume una posición contestataria, enfatizando el fortalecimiento de la arquitectura institucional o capital social. Ella busca mecanismos que apuntan a contrarrestar las tendencias homogenizadoras de una globalización. Pero las identidades construidas “como reacciones defensivas contra las imposiciones del desorden global y el cambio de ritmo rápido e incontrolable, construyen refugios, sí, pero no paraísos” (Castells 1999). El fundamentalismo en “lo propio” aunque pueda “tener un atractivo pasajero para los consumidores *new age* o pintoresquistas, puede dificultar la innovación formal y el intercambio transcultural, que son condiciones de la creatividad y del pensamiento crítico en una sociedad globalizada” (García Canclini 2007).

La opción proactiva (¿endogenista?) percibe los desafíos de la globalización no sólo como amenazas sino también como oportunidades de competir a partir de la valorización de los recursos territoriales. En este caso, el fortalecimiento de su arquitectura institucional busca evitar subordinar la cohesión y la equidad social al crecimiento económico (Madoery 2003). La “endogeneidad” se expresa en la búsqueda de autonomía para definir sus opciones de desarrollo a partir de la existencia de una cultura territorial, expresada en identidad y en la capacidad para apropiarse de una parte del excedente para destinarlo a introducir

innovaciones en su estructura productiva (Boisier 2005). El propio Castells reconoce que una actitud proactiva en torno a la “identidad-proyecto” constituye una fuente potencial de cambio frente a la sociedad red. Aquí también la competitividad de los productos con IC estaría sometida a las reglas del mercado. Para que los consumidores hagan efectiva su disposición a pagar por consumir bienes o servicios con identidad, “los productores deben desarrollar un conjunto de arreglos institucionales que permitan que los bienes y/o servicios conserven y transmitan los atributos de identidad valorados en el mercado [lo que implica] la necesidad del fortalecimiento de la acción colectiva en las sociedades rurales [...]” (Ramírez 2007).

### **Los casos de desarrollo territorial rural con identidad cultural y las aproximaciones estratégicas**

Transformada en hipótesis la “pregunta de fondo” del proyecto DTR-IC, quedaría enunciada en los siguientes términos: “La valorización cultural de los territorios rurales pobres puede constituir un motor de procesos localizados de desarrollo que contribuyan a reducir la pobreza, la desigualdad y la exclusión” (Ranaboldo 2006). Entendida así, la investigación invita a la búsqueda de experiencias que, a partir de su IC, se inscriban en la que hemos llamado aproximación o estrategia proactiva frente a las nuevas reglas del juego. Implícita en la hipótesis está la idea de aprovechar las ventajas comparativas que proporciona el carácter local-específico de ciertos atributos propios del territorio expresados en productos culturales, biodiversidad y paisaje, como lo sugieren los estudios de caso.

Los desarrollos basados en la IC no siempre asumen de un modo nítido la tercera de las aproximaciones mencionadas y hay, en cada caso y en los distintos momentos de su evolución, una “delgada línea roja” (Fonte y Ranaboldo 2007), pues en algunos casos se tiende a asumir como insuperable el conflicto entre lo auténtico y lo rentable y en otros, son percibidas como amenaza actividades dinámicas que, estando en el territorio, no son asumidas como parte de su identidad. Así, las posibilidades de crecimiento quedan

restringidas a los límites de lo que le es permitido por los referenciales identitarios en circunstancias en las que el impulso de dichas actividades puede requerir la consolidación y promoción de aquellas propias de la cultura local que no han logrado proyectarse.

*En Concepción*, por ejemplo, sólo un 38% de las personas entrevistadas asume la necesidad de innovar para adaptar los productos IC a la demanda y un 13% sostiene que deben mantenerse las formas tradicionales.

*En Cotacachi* se contrapone la visión de los artistas e intelectuales patrocinadores del museo por ser “folklórica y estereotipada de grupos indígenas” con la que sustenta la Casa de la Cultura, patrocinada por el alcalde, con una “visión más cercana —pero no idéntica— a la propuesta por los actores indígenas”. Al mismo tiempo, el alcalde es crítico de las mujeres de las comunidades por no usar las instalaciones del nuevo mercado para sus ventas; y se considera un éxito el “desincentivo a la instalación de empresas con capitales externos a la localidad como la floricultura”, a pesar de sus potencialidades en términos de creación de empleo y otras como las referidas arriba. Nuevamente, es necesario calificar los casos pues el mayor empleo u otros beneficios sociales pueden no compensar los impactos ambientales negativos que signifiquen pan para hoy pero hambre para mañana.

*En los casos de Brasil*, la experiencia de Caminos de Pedra es considerada como incluyente y la de Vale dos Vinhedos como excluyente, a pesar que en la segunda la pobreza ha sido superada en mayor medida que en la primera. Refiriéndose a Vale dos Vinhedos, se señala por ejemplo que “la base de estructuración social construida por décadas sobre el patrimonio cultural, deja lugar a una perspectiva economicista, donde la valorización de la gente local pierde espacio por el crecimiento concentrado de la riqueza”, sin profundizar en los efectos del desarrollo sobre la situación precedente de las familias pobres.

*En Chiloé* se acusa de un riesgo de “occidentalización” a las costumbres locales promovidas por actores políticos institucionales y económicos que privilegian el desarrollo de estrategias de intensificación e industrialización, por sobre la preocupación por la conservación y el uso sustentable del patrimonio cultural

y natural local. Pero es necesario calificarlas pues algunas de esas iniciativas permiten una revitalización y revalorización de elementos culturales locales que adquieren un renovado valor patrimonial y turístico en el sentido de generar presión por bienes públicos (transporte, comunicaciones, etc.), ampliar el espacio de los mercados e introducir o fortalecer el conocimiento tácito en habilidades que no son frecuentes en el mundo artesanal.

*En el valle del Colca* la adaptación de la oferta a la demanda de bienes con IC por parte de los turistas es percibida como una falta de espontaneidad de las diversas expresiones culturales, por el hecho que se las “formatea” sugiriendo la existencia de formas espurias de adaptación a la demanda, en lugar de proceder con iniciativas como la impulsada por el PDSS en su oficina de Chivay que apunta a elevar la calidad de los productos artesanales introduciendo nuevos diseños.

*En Túcume*, por contraste, se advierte una reconciliación entre el fortalecimiento de la identidad local y la producción de bienes y servicios con IC pues junto con evitar el “síndrome de Cusco” regulando la multiplicación de pequeños negocios, se promueve la producción de artesanías de alto valor unitario “orientadas a un consumidor con inquietudes que sepa valorar la originalidad de sus diseños y la laboriosidad de los procesos de elaboración”.

*En Moche* no parece haber surgido visiones u orientaciones contrapuestas pues la evolución en torno al turismo tuvo el suficiente dinamismo como para haber permitido un grado de cohesión social y de valorización del territorio que contrasta con el que habría sido su destino si “el eje del desarrollo local [hubiera] pasado por la extensión de las empresas ladrilleras y la progresiva conversión de la zona en un área urbana intensamente degradada y con fuertes problemas de cohesión social y convivencia”.

*En San Basilio de Palenque*, como se señalara más arriba, a lo que se asiste es presumiblemente a la primera fase de un posible desarrollo local con IC en que la precariedad de sus condiciones de vida contrasta con la fuerza creciente de la reivindicación de su identidad y por esa vía se han ido superando las visiones de sobreestimación e imitación de lo ajeno como expresión de lo civilizado.

*En los oasis mendocinos* hay una cierta contradicción entre una visión crítica de las actividades vitivinícolas más dinámicas (Tunayán) y las diversas manifestaciones artesanales con un cierto sabor a “lo pequeño es hermoso”, en circunstancias en que parte de la actividad turística, y por lo tanto de la apertura de mercado para las artesanías, está vinculada a las iniciativas de las bodegas de vino.

En aquellos casos en que se ha logrado compatibilizar, de un modo equilibrado, el fortalecimiento de la IC con la necesidad de satisfacer la demanda de productos con IC por parte de terceros, los dividendos positivos han sido no sólo de carácter pecuniario sino de reafirmación y orgullo por lo propio incorporando el contenido identitario sin sacrificar su autenticidad, como los casos de Túcume, Chiloé y Concepción. Donde se polarizaron las propuestas con un sustrato defensivo-ofensivo, o donde se optó por formas espúreas de proyectar lo propio, no se logró consolidar un proceso de DTR-IC.

### **Diferencia de estrategias basadas en el territorio o en productos con identidad cultural**

Todos los casos analizados, con la excepción de Vale dos Vinhedos, el café en Centro América y México y en cierta medida del valle del Colca (pero en este caso sin mucho éxito), se centran en el turismo; de hecho, las artesanías y otros productos con IC, con algunas excepciones, tienen su mercado adscrito a la actividad turística por lo que cabe preguntarse es si se trata de un mero accidente o si las opciones por la “venta del territorio” están sujetas a menos exigencias que la venta de productos a mercados externos al territorio, sobre todo cuando se trata de territorios rezagados; más aún, los pocos casos centrados en un producto (como ocurrió con el café), lo que muestran son precisamente las dificultades de generar un proceso de DTR a partir de dicho producto.

Según Ray (1998) existen dos vías genéricas para dar valor económico a la IC. Una posibilidad es que un producto con identidad pueda ser un “marcador” de un territorio y por esa vía abrir una ventana al turismo (como ocurre con las bodegas de vinos), o

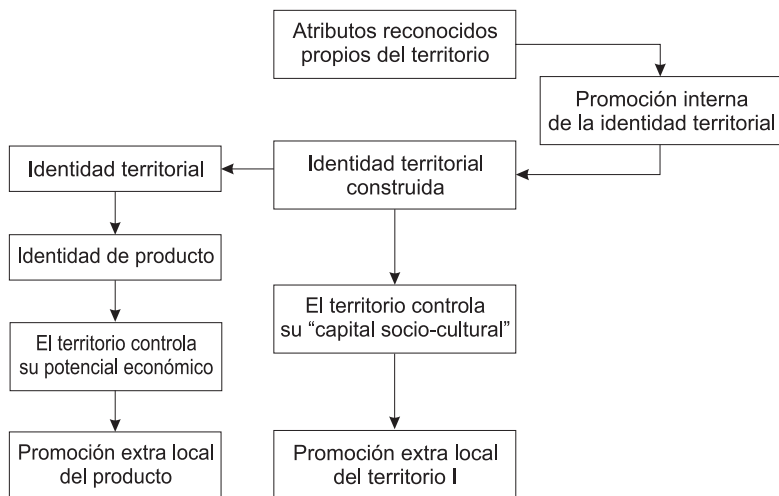


viceversa, que sea el turismo basado en la “fama” de un territorio el que pueda adscribirse a lo que en él se produce (como ocurre con Chiloé). Sin embargo creemos que no es un mero accidente el hecho de que sea la segunda vía, la del turismo, la opción que es percibida en la mayoría de los casos como la que permitiría el acceso a mejores opciones de valorización de los recursos de un territorio rural pobre o rezagado que la venta extraterritorio de sus productos. En este sentido, tendemos a coincidir con Favreto y De Veiga (2007: 9) cuando señalan que “[sus] ventajas comparativas ya no están en la capacidad de exportación de estos espacios sino en su poder de atraer a los consumidores urbanos”.

En términos muy genéricos podemos pensar que los atractivos de un territorio rural pueden estar dados por una serie de atributos naturales (paisaje, geomorfología, biodiversidad, etc.) o por atributos construidos, es decir, que suponen una actividad humana previa (restos arqueológicos, museos, arquitectura, etc.), que plantean distintos tipos y magnitudes de inversión para hacerlos visibles y accesibles. Una vez hechas las inversiones para su materialización y sostenidas en el tiempo las inversiones relativas a su mantenimiento y difusión, pasan a constituir activos identitarios únicos y es en esa condición que entran a competir con otros también únicos por demandantes de fuera del territorio.

Sin duda que cuando los atributos corresponden a restos arqueológicos o monumentos reconocidos como patrimonio trascendente (declarados, por ejemplo, como tales por la UNESCO) u obras monumentales o museos o están basados en su peculiar biodiversidad, su condición de que sólo pueden ser accesibles *in situ* les da un mayor poder competitivo que si se trata de atractivos paisajísticos o de centros vacacionales que enfrentan una gama mayor de posibilidades. Aunque en ambos tipos de situaciones su visibilidad y poder de convocatoria suponen innovaciones en materia de organización para su “venta”, éstas resultan menos exigentes en el segundo tipo que en el primero. En otras palabras, “para lograr estos objetivos es necesario reconsiderar los sistemas de intermediación (*brokering*) en las políticas culturales. Siempre la producción artística y cultural necesitó intermediarios que la hicieran llegar a los públicos, y que explicaran el significado de las pirámides y los templos, los cuadros y las obras musicales” (García Canclini 2007).

**Gráfico 2.1**  
**POSIBLES RUTAS DE LOS PROCESOS DE DTR-IC**



Fuente: adaptada de Ray, 1998.

En el caso de productos con identidad cuya venta no es el resultado derivado de estar adscritos al turismo sino que tienen que competir en los mercados extraterritorio (nacionales o internacionales), su viabilidad está sujeta a las reglas de la competencia aunque se trate de productos nicho o de productos orgánicos y de mercados “justos”. Esto es válido incluso para las comidas con IC consumidas *ex situ*, pues las condiciones de su viabilidad y rentabilidad están sujetas a las condiciones señaladas con cierto detalle por Ramírez (2007).<sup>8</sup>

\*\*\*

Detrás de nuestra entrañable cocina criolla, de nuestras pollerías, de los chifitas de barrio, de la cocina novoandina, de las picanterías arequipeñas, de los anticuchos, de los sándwiches, de la cocina

8. Para un desarrollo conceptual más preciso de estas categorías, ver Acampora y Fonte (2007).

nikkei o de las cebicherías, existen oportunidades inmensas de crear conceptos que trasciendan su ámbito local para convertirse en productos, productos peruanos de exportación que no sólo aspiren a codearse con conceptos ya instalados globalmente como pizzerías, hamburgueserías, sushi bares o taquerías mejicanas, sino que, además, generen al Perú enormes beneficios tanto económicos como de marca país (Acurio G. 2006: 3).

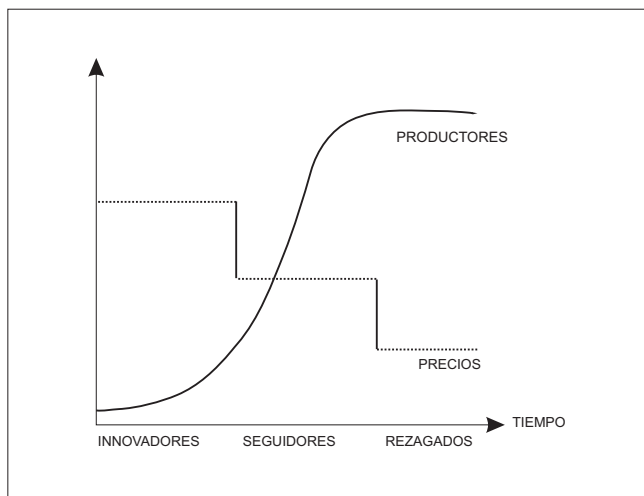
\*\*\*

Para acceder, crecer o incluso permanecer en el mercado con un producto con IC es necesario innovar en alguna o varias de las siguientes dimensiones: en el tipo de producto, en el proceso de producción y en la gestión u organización de su comercialización. Por contraste, un producto con IC afronta el desafío de hacer visible su identidad, asegurar sus derechos propietarios y su difusión comercial, condiciones que tienen exigencias no menores en terrenos donde la debilidad de sus productores y de sus organizaciones constituye más la norma que la excepción.

Como cualquier otro producto nuevo o distinto, los productos con IC están sujetos a un ciclo bastante inexorable en que las ventajas derivadas de la identidad que los distingue tienden a disminuir a medida que más productores se van incorporando a la oferta. El grupo de innovadores e imitadores tempranos puede cosechar los “premios” a la novedad que se agotan con su masificación y que exigen un permanente proceso de creatividad en algunas de las dimensiones mencionadas arriba.

En la tarea de penetrar y mantener mercados para productos con identidad hay tres tipos de agentes que tienen lógicas particulares que deben integrarse para hacer viable su rentabilidad: el productor, su organización y el intermediario (*broker*). Sus vínculos están sometidos al conocido problema de la acción colectiva en que el interés de cada uno depende de la acción conjunta, pero ninguno de los actores está dispuesto a invertir sus recursos (tiempo, activos, dinero) si no tiene la seguridad de que los otros lo harán, situación que se agrava si consideramos la asimetría y el carácter diferenciado de la información con que cada parte actúa (Urban Institute 2003). Destaca, en este sentido, el uso de las

**Gráfico 2.2**  
**EVOLUCIÓN DE LOS VÍNCULOS ENTRE INNOVACIÓN Y PRECIO**



Elaboración propia, 2008.

tecnologías de información y el comercio electrónico para acceder con artesanías a mercados distantes y adaptar con flexibilidad la oferta a demandas cambiantes.<sup>9</sup>

Resulta evidente que en áreas rurales rezagadas las expectativas estén puestas en el turismo y en la venta *in situ* de sus producciones artesanales y no resulte extraño que dicha opción, con mayor o menor fundamento, no sea exclusiva de áreas con atributos de potencialidades manifiestas como la IC. La expectativa del turismo la hemos visto surgir como “salvación” en áreas en las que, por ejemplo, la agricultura ha entrado en franca decadencia sin considerar que la opción de atraer a los consumidores urbanos pueda requerir algún grado de superación de su propia agricultura (Saraceno 1998 y 2000).

9. Basta ver las ofertas en Internet de productos artesanales de los más diversos rincones del mundo con sofisticadas presentaciones.

## Una observación final

Más allá de los estudios de caso aquí referidos, existen en América Latina una multiplicidad de experiencias valiosas que son denominadas como territoriales y que podrían someterse a las mismas interrogantes con las que iniciamos esta presentación. En cada caso nos encontraríamos con que su delimitación espacial o es imprecisa o se atribuye a un determinado nivel de la división administrativa, que el referente orgánico-institucional o no existe o lo ejerce una autoridad política (electa o no) o es más virtual que sustantivo (como muchas formulas participativas publico-privadas), que cuando el eje del proyecto es la valorización de lo cultural en los mercados la opción es la venta del territorio y el dilema, la supuesta oposición entre lo genuino y lo comercializable.

Rescatando los elementos valiosos de dichas experiencias correspondería, tal vez, tratar de responder las siguientes interrogantes planteadas en la introducción:

- ¿Cómo se constituye un territorio?
- ¿Qué tipo de gobernanza es la que requiere su gestación, su consolidación y su desarrollo?
- ¿Qué exigencias plantea la valorización de la IC en un mundo globalizado?

Como es obvio, cada una de ellas no es más que un punto de partida que se abre a un abanico de nuevas interrogantes que apuntan a fortalecer los avances normativos del DTR-IC.