

## Identidad cultural: Un motor de desarrollo contra la pobreza rural

Identidad cultural: Un motor de desarrollo contra la pobreza rural[1]

María Elena Montory Para investigar el impacto que pueden tener las estrategias de desarrollo territorial rural con identidad cultural, se realizó un proyecto que abarcó nueve estudios de caso en países latinoamericanos. Se comprobó que dichas estrategias pueden generar oportunidades para los sectores más pobres y excluidos, pero no hay que caer en la tentación de considerarlas como una receta única y aplicable en cualquier circunstancia.

[1] Basado en el contenido del libro &ldquo;El valor del patrimonio cultural. Territorios rurales, experiencias y proyecciones latinoamericanas&rdquo;, C. Ranaboldo y A. Schejtman (eds.). Rimisp e Instituto de Estudios Peruanos. Este artículo fue publicado en revista equitierra [www.rimisp.org/equitierra](http://www.rimisp.org/equitierra)

¿Es posible que la valorización del patrimonio cultural de los territorios rurales pobres se constituya en motor de procesos localizados de desarrollo que contribuyan a reducir la pobreza, la desigualdad y la exclusión?&rdquo;, fue la pregunta central que guió la investigación de la primera fase del proyecto &ldquo;Desarrollo Territorial Rural con Identidad Cultural&rdquo;(DTR-IC), que llevó a cabo durante dos años &ndash;julio de 2005 a junio de 2007&ndash; Rimisp - Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural, y un conjunto de centros académicos, instituciones de desarrollo y organizaciones sociales, económicas y culturales de América Latina y el Caribe, con el apoyo de la Fundación Ford. Incluyó la elaboración de una base conceptual y metodológica, una publicación sobre el estado del arte[2], la realización de nueve estudios de caso en diferentes países de la región y una serie de iniciativas vinculadas a la comunicación y discusión. Los resultados de la investigación quedaron plasmados en el libro &ldquo;El valor del patrimonio cultural. Territorios rurales, experiencias y proyecciones latinoamericanas&rdquo;, editado por Claudia Ranaboldo y Alexander Schejtman. El texto busca vincularla primera fase del proyecto con la segunda que comenzó en 2007. La investigación de la primera fase trabajó con tres hipótesis. La primera es que, dado que muchos territorios pobres poseen un rico patrimonio cultural, invertir en la valorización de la identidad cultural puede ser una estrategia efectiva de desarrollo sustentable e incluyente. La segunda sostiene que hay una demanda emergente de segmentos de consumidores por productos y servicios con identidad cultural de territorios rurales y que ellos están dispuestos a pagar un mayor precio y/o preferirlos por sobre otras alternativas. La tercera hipótesis considera que la valoración de la identidad cultural necesita de innovación en las políticas públicas y fortalecimiento de actores, instituciones y redes. Aportes al enfoque de desarrollo territorial rural Los resultados contenidos en el libro contribuyen a profundizar el enfoque de desarrollo territorial rural. Schejtman avanza, por ejemplo, en la exploración del concepto de territorio implícito en las experiencias analizadas y destaca la opción de los estudios de delimitar los territorios en base a la identidad cultural. Las formas en que eso se concreta son diversas: en el Valle del Colca (Perú) el territorio es un archipiélago de microexperiencias de desarrollo con identidad cultural, cohesionadas por la &ldquo;marca cultural&rdquo; del valle; el archipiélago de Chiloé (Chile) posee una definida identidad, asumida por su población, país y extranjeros, mientras en Caminhos de Pedra (Brasil) el territorio se refiere a una ruta turística, que revaloriza la historia y sirve de marco a productos con identidad cultural, por nombrar algunos ejemplos. También analiza la variedad de referentes institucionales que se constituyen en los ejes o promotores de las iniciativas, que van desde una autoridad político-administrativa hasta organismos privados que ejercen ese rol. Algunos de los casos corresponden a comunidades con experiencias de democracias participativas, con autoridades municipales o comunitarias locales; mientras otros son zonas sin una delimitación administrativa específica, con actores mixtos. Schejtman plantea que la revalorización de la identidad cultural es una reacción a las tendencias homogeneizadoras de la globalización. Esas reacciones se pueden clasificar en pasivas, defensivas y proactivas, siendo esta última opción la más equilibrada, ya que percibe los retos no solo como amenazas, sino también como oportunidades de competir a partir de la valorización de los recursos territoriales. Se observa que en los casos donde se logró compatibilizar el fortalecimiento de la identidad cultural con la satisfacción de la demanda de los consumidores por productos con identidad cultural, los beneficios han sido económicos, junto con reafirmación y orgullo para la población local. En cambio, en los lugares en que las propuestas tuvieron un modelo defensivo o se prefirieron formas ajenas de proyectar lo propio, no se logró consolidar un proceso de DTR-IC. Se reconocen los beneficios de las estrategias de DTR-IC. Entre los de carácter material destacan aumentos del ingreso familiar, alternativas ocupacionales, mejoría de la calidad de productos y beneficios colectivos, tales como líneas de teléfono individuales, acceso a internet y mejor infraestructura. Entre los beneficios de tipo inmaterial se cuentan la elevación de la autoestima, el aprender a intercambiar ideas, el mantenerse en el territorio de origen, la generación de nuevas ideas sobre sus recursos territoriales, la creación de institucionalidad, mayor participación y más protagonismo de mujeres y jóvenes, entre otros. El investigador también reflexiona acerca de las diferencias estratégicas entre un desarrollo territorial rural con identidad cultural basado en la venta extraterritorio de los productos con identidad cultural y uno basado en el turismo que invita a conocer in situ las características únicas del territorio. &ldquo;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&rdquo;, sostiene, coincidiendo con otros estudios que destacan que las ventajas comparativas ya no están en la capacidad de exportación de estos espacios sino en su poder de atraer a los consumidores urbanos. Grandes tendencias Tras la realización de los nueve estudios de caso que contempló este proyecto de investigación (ver recuadro 1), es posible identificar algunas tendencias centrales que hoy cruzan la temática del DTR-IC en América Latina. Pobreza y potencialidades. Existen zonas rurales de alta incidencia de pobreza y marginalidad, que se caracterizan por un notable patrimonio cultural tangible y/o intangible. La disponibilidad 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 el archipiélago

de Chiloé; en el valle del Colca en Perú y sus comunidades cabanas y collanas; y en la costa norte del Perú con sus numerosos sitios arqueológicos de valor mundial. Re-creación. El estudio destaca que el valor del patrimonio cultural no necesariamente se debe limitar a una transmisión de la tradición, puesto que se recrea en un proceso de innovación a partir del encuentro de diferentes actores ubicados entre lo local y lo global. Por ejemplo, hoy es posible ver que en la artesanía chilota en Chile, en los bordados del valle del Colca en Perú o en los objetos de madera, cerámica y algodón de la Chiquitanía en Bolivia, se crean nuevos modelos de artesanía de alta calidad orientados a los mercados nacionales e internacionales a partir de elementos culturales originarios (como símbolos y materias primas locales). Diseñadores y otros actores externos están contribuyendo notablemente a la revivificación de la tradición, no distorsionándola, y a introducir "nuevas colecciones" en equilibrio entre el pasado y el presente. Sello territorial. En muchos casos, el patrimonio cultural de estas sociedades rurales se ha constituido en un "sello" de los respectivos territorios reconocido a nivel nacional e internacional, como ocurre en las misiones chiquitanas en Bolivia, Caminhos de Pedra y Vale dos Vinhedos en Brasil, y en los oasis mendocinos en Argentina. Al mismo tiempo se reconoce la existencia de segmentos crecientes de las poblaciones urbanas que ven en este patrimonio cultural un elemento que satisface sus demandas de recreación, cultura, salud, tradición, sentido de pertenencia, raíces, etc. Ello, según se indica en el libro, 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. Al mismo tiempo, se abren preguntas acerca del perfil y las características de estos consumidores, cuyas demandas van desde productos "folclóricos" -destinados a un consumo más masificado y estereotipado- hasta un consumo atento a la calidad, la ética, el mantenimiento de la originalidad y las expresiones propias. Los protagonistas. El libro llama la atención también sobre el riesgo de ver los procesos de DTR-IC tan sólo como nuevas ofertas para nuevos mercados conducentes a mayores ingresos. "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"; se indica en la introducción haciendo referencia a la necesaria valorización de los saberes y capacidades de segmentos muy pobres y discriminados de la población a los que a menudo está vinculado el patrimonio cultural, como son las mujeres, los pueblos indígenas, los afrodescendientes y los campesinos. Liderazgos. Otra de las tendencias observadas a partir de los estudios de caso es la emergencia de actores y redes que están explorando estrategias de desarrollo, basadas en la valorización de los activos culturales de territorios rurales. En los liderazgos de esos procesos se aprecia un papel preponderante de mujeres y jóvenes. Numerosos alcaldes y concejales municipales han empezado a movilizarse y dictar normativas para proteger y poner en valor el patrimonio cultural de sus localidades. Asimismo, se observa que han aparecido instituciones que facilitan los procesos de desarrollo con identidad cultural, entregando información y algunos de los servicios necesarios para hacerlos factibles. Articulación oferta-demanda. Son importantes también los agentes de mercado que crean cadenas de abastecimiento y sistemas comerciales capaces de articular la oferta y la demanda, como agencias de turismo especializadas y cadenas de supermercados interesadas en ofrecer productos "novedosos" a sus clientes. Esto último gracias a la emergencia de un segmento de consumidores que prefiere la diferenciación por origen y calidad cultural en el momento de comprar. Sin embargo, todo eso puede alcanzar un ritmo acelerado que, en ocasiones, arriesga con sobrepasar la capacidad real de apropiación de los procesos por parte de los actores locales, sobre todo en el caso de los más pobres y marginados. Sin recetas únicas... Basados en los resultados obtenidos en la primera fase del proyecto, se identificaron algunos desafíos que deben ser enfrentados para estimular procesos más profundos y masivos de DTR-IC. El primero es conceptualizar y aplicar una visión de desarrollo que no imponga un solo modelo cultural, basado en la riqueza económica, sino que permita apostar por un progreso basado en la multiculturalidad y biodiversidad. El segundo es diseñar estrategias y métodos que estimulen y faciliten procesos de desarrollo con identidad cultural a una mayor escala territorial y más articulados, que permitan superar procesos y experiencias aun desarticuladas o muy incipientes. El tercer reto apunta a responder a la demanda por iniciativas de diálogo, aprendizajes y colaboración a nivel regional, de modo de articular a diversos actores, tales como organizaciones sociales y culturales, empresarios, operadores territoriales, responsables de proyectos de desarrollo y agencias, intelectuales y políticos. "Sobre la base de los resultados de la investigación, es posible afirmar que existen en América Latina y el Caribe condiciones para procesos de DTR-IC que generen nuevas oportunidades para los sectores pobres y excluidos" -concluye en el libro Claudia Ranaboldo, coordinadora del proyecto-. 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. Entre esos riesgos está el ver este tipo de procesos como una alternativa micro o como estrategias marginales, y no como una respuesta que puede hacer sentido en ámbitos amplios de América Latina y el Caribe y que puede representar una veta relevante para políticas e inversiones públicas.

¿Cómo acceder al libro? • Comunicándose con Elizabeth Andrade, correo electrónico: [libreria@iep.org.pe](mailto:libreria@iep.org.pe). El costo del libro es de aproximadamente 17 dólares (50 soles peruanos). • Librería del Instituto de Estudios Peruanos, ubicada en la calle Horacio Urteaga 694, teléfono 332 6194, Lima, Perú. Un motor de desarrollo contra la pobreza rural • María Elena Montory

[1] Basado en el contenido del libro "El valor del patrimonio cultural. Territorios rurales, experiencias y proyecciones latinoamericanas", C. Ranaboldo y A. Schejtman (eds.). Rimisp e Instituto de Estudios Peruanos.

[2] Territorios con identidad cultural. Perspectivas desde América Latina y la Unión Europea. Revista OPERA N.7 2007-2008. Universidad Externado de Colombia, RIMISP, Università di Napoli Federico II.