



Bases conceptuales y metodológicas para el diseño y la realización de estudios de caso de territorios con identidad cultural

Versión final

Claudia Ranaboldo

La Paz (Bolivia), 26 de junio 2006



La identidad no es una herencia pero una creación.

Nos crea, y la creamos constantemente

Mahmoud Darwich, poeta palestino

No sabía que mi cultura valía tanto. Es la cultura que borda mi vida al igual que mis

tejidos y mis saberes que ahora también puedo vender

Simona Cutipa, Artesana de Chivay, Sierra Sur del Perú

Sólo la suma de actores crea una conciencia colectiva identitaria...

Un tipo de desarrollo que no está basado en paradigmas universales pero en ventajas

absolutas locales ligadas a la subjetividad de los actores locales y su capacidad

institucional (la calidad distintiva territorial)...

El desarrollo territorial rural con identidad cultural no es una curiosidad ni una

alternativa global, es una suma de contribuciones que puede resultar muy valiosa

para la lucha contra la pobreza

Participantes del Taller Internacional “Territorios con Identidad Cultural”,

Cusco, 19 y 20 de abril 2006

ÍNDICE

ABREVIACIONES	3	
RESUMEN EJECUTIVO	4	
1. INTRODUCCIÓN	6	
2. EL PROYECTO DE DESARROLLO TERRITORIAL RURAL A PARTIR DE SERVICIOS Y PRODUCTOS CON IDENTIDAD	6	
2.1. Resumen ejecutivo del proyecto	6	
2.2. Avances y perspectivas del proyecto	8	
3. ASPECTOS CONCEPTUALES Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	11	
3.1. Conceptos básicos	11	
3.2. Situando el proyecto (contexto, hipótesis y pregunta de fondo)	17	
3.3. Precisando las preguntas de investigación	21	
4. MARCO ANALÍTICO Y METODOLÓGICO	23	
4.1. Ejes de análisis	23	
4.2. Aspectos metodológicos	29	
5. SELECCIÓN DE LOS ESTUDIOS DE CASO	30	
5.1. Antecedentes	30	
5.2. Criterios para la selección	31	
6. PRODUCTOS FINALES	32	
7. BIBLIOGRAFÍA	34	
ANEXO 1	Formato para la propuesta final de los estudios de caso	36
ANEXO 2	Cronograma	39

ABREVIACIONES

ALC	América Latina y el Caribe
DTR	Desarrollo territorial rural
DTR-IC	Desarrollo territorial rural con identidad cultural
FIDA	Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola
IC	Identidad cultural
Rimisp	Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural
UNESCO	United Nation Educational, Scientific and Cultural Organization

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo principal de este documento es **orientar el diseño y la ejecución de los estudios de caso, así como establecer pautas en función del sucesivo análisis comparativo entre los mismos**. Sin este compromiso, los esfuerzos por país serían limitados y el producto final no correspondería a los objetivos del Proyecto de Desarrollo territorial rural a partir de servicios y productos con identidad. Es por este motivo que, a lo largo del texto, se enfatizan los **elementos comunes** en lo que se refiere a conceptos, preguntas de investigación, ejes analíticos y aspectos metodológicos.

En el capítulo 2 se realiza una presentación del Proyecto (Resumen ejecutivo; Avances y perspectivas), seguida en el capítulo 3 por una reseña de conceptos básicos a considerarse, acompañados por elementos de reflexión dirigidos a contextualizar las hipótesis y las preguntas de investigación.

La **pregunta de fondo del proyecto** es: *¿Es posible que la valorización 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? ¿Cómo?*

De esta pregunta central, se desprenden **tres grupos de preguntas** respecto a las cuales el proyecto y los estudios de caso son llamados a presentar evidencias y responder de manera rigurosa:

1. ¿Qué tipos de experiencias existen para promover procesos de DTR-IC?
2. ¿Cuáles son las características principales de las estrategias de valorización de IC del territorio que derivan de esas experiencias en relación con:
 - Los objetivos de DTR-IC
 - La incorporación y visualización de la IC en el territorio
 - La valoración en el marco
 - Las determinantes de acceso
 - Los beneficios y su distribución
3. ¿Qué se necesita para incentivar la valorización de la IC en el marco de un proceso sostenido y equitativo de DTR-IC?

En el capítulo 4 se presenta el marco analítico y metodológico para los estudios de caso, el mismo que se articula alrededor de los siguientes **ejes analíticos**:

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

También se consignan algunos aspectos metodológicos básicos a ser tomados en cuenta al momento de diseñar los estudios de caso.

En el capítulo 5 se señalan los antecedentes y los criterios relativos a la selección de los estudios de caso. En el capítulo 6 se reseñan los dos tipos de productos finales que se están esperando.

Finalmente, el Anexo 1 incluye el **formato** en el que se deberán presentar las propuestas finales de los estudios de caso; y el Anexo 2 un cronograma de actividades.

1. INTRODUCCIÓN

Este documento se basa en diferentes contribuciones entre las cuales se destacan:

- Los cinco documentos de estado del arte elaborados por Murilo Flores; Maria Fonte (Coordinadora), Teresa Acampora y Viviana Sacco; Olga Lucía Molano; David Soto y Andrea Benedetto;
- Las ponencias presentadas, las síntesis y los debates realizados en el Taller Internacional “Territorios con Identidad Cultural” (Cusco, 19 y 20 de abril 2006)¹;
- La síntesis elaborada por Julio Berdegué², al finalizar el Taller, con base en las presentaciones y las ideas de los participantes; y sus comentarios a la versión preliminar de este documento;
- Las contribuciones de los integrantes del Equipo Directivo del Proyecto: Maria Fonte, Roberto Haudry, Germán Escobar y Eduardo Ramírez.

El objetivo principal de este documento es **orientar el diseño y la ejecución de los estudios de caso, así como establecer pautas en función del sucesivo análisis comparativo entre los mismos**. Sin este compromiso, los esfuerzos por país serían limitados y el producto final no correspondería a los objetivos de este proyecto. Es por este motivo que, a lo largo del texto, se enfatizan los **elementos comunes** en lo que se refiere a conceptos, preguntas de investigación, ejes analíticos y aspectos metodológicos.

No se pretende aún contar con un marco conceptual y metodológico completo puesto que éste se constituirá más bien en uno de los resultados finales del proyecto, precisamente a la luz de la acumulación de los conocimientos referidos a las experiencias y su análisis, bajo esos parámetros comunes.

2. EL PROYECTO DE DESARROLLO TERRITORIAL RURAL A PARTIR DE SERVICIOS Y PRODUCTOS CON IDENTIDAD

2.1. Resumen ejecutivo del proyecto

Nombre de la institución ejecutora: Rimisp (www.rimisp.org). Presidente de Rimisp: Julio Berdegué. jberdegue@rimisp.org

¹ Todos los documentos generados hasta la fecha por el proyecto, incluyendo la versión completa de los estados del arte y la documentación del Taller del Cusco, están disponibles en: www.rimisp.org/TerritorioeIdentidad. En relación al evento, muy pronto se difundirá también un disco compacto.

² Del mismo autor y por su relevancia en función de las pautas conceptuales y metodológicas para realizar estudios de casos en varias Regiones del mundo (independientemente del tema de investigación), se ha tomado en consideración el documento: A Method for the Analysis of Innovative Practice in Connecting Smallholder Producers with Dynamic Supply Chain. Resource Paper for Component 2. Julio Berdegué, Lucien Pippebons and Estelle Bienabe. Regoverning Markets. September, 2005.

Nombre de la institución financiadora: Fundación Ford, Oficina de Santiago de Chile.

Equipo Directivo del Proyecto. Instancia que orienta y acompaña estratégicamente la coordinación y ejecución del Proyecto. Sus integrantes son:

1. Alain De Janvry, Profesor e investigador, Universidad de Berkeley, Estados Unidos.
alain@are.berkeley.edu
2. Maria Fonte, Docente universitaria e investigadora, Università Federico II, Napoli, Italia.
m.fonte@unina.it
3. Roberto Haudry, Gerente de operaciones del Fondo Internacional para el Desarrollo Agrícola (FIDA) para Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela. r.haudry@ifad.org
4. Germán Escobar, Investigador principal de Rimisp, Santiago, Chile.
gescobar@rimisp.org
5. Eduardo Ramírez, Investigador principal de Rimisp, Santiago, Chile.
eramirez@rimisp.org

Coordinadora del Proyecto: Claudia Ranaboldo, Investigadora principal de Rimisp, La Paz, Bolivia. cranaboldo@rimisp.org

Objetivos

El *objetivo general* del proyecto es comprender las determinantes y los procesos institucionales que ayudan a que el acceso de bienes y servicios con identidad cultural a mercados dinámicos, tenga efectos amplios sobre el desarrollo económico y social de territorios rurales pobres, reforzando su identidad cultural.

Los *objetivos específicos* son: i) conformar una plataforma de diálogo y colaboración entre actores e iniciativas diversas interesados en el acceso a mercados a partir de productos y servicios con identidad cultural; ii) comprender las determinantes y las dinámicas de las transformaciones institucionales y los otros factores que estimulan y facilitan el acceso de territorios pobres a mercados dinámicos a partir de productos y servicios con identidad cultural, con inclusión de los pobres en el proceso y en el acceso y goce de sus beneficios; y iii) colocar el tema en el radar de las preocupaciones de agencias de desarrollo nacionales e internacionales, haciendo recomendaciones estratégicas basadas en fuertes evidencias empíricas y análisis rigurosos.

Principales actividades

Las principales actividades son: i) desarrollar un proceso de diálogo con otras iniciativas, incluyendo un taller que generará un mapa regional de temas, experiencias, actores y acuerdos

de colaboración; ii) preparar un documento de estado del arte que será el marco para los estudios de caso, sentando las bases para identificar temas específicos, especificar hipótesis relativas a las preguntas de investigación y definir criterios sólidos para la selección de las experiencias a estudiarse; iii) realizar por lo menos cuatro estudios de caso en profundidad combinando métodos cualitativos y cuantitativos con equipos multidisciplinarios de investigación de manera que los resultados sean basados en información y análisis de alta calidad; iv) desarrollar talleres de consultas con actores locales y levantar testimonios relevantes e ilustrativos en el marco de los estudios de caso que involucren a dichos actores en la interpretación y la elaboración de las conclusiones y recomendaciones del proyecto, contribuyendo a “dar sentido y uso” a los resultados de la investigación; y v) realizar una síntesis de resultados que será presentada, discutida y difundida empleando varios medios de comunicación, incluyendo un taller internacional.

Participantes

Un aspecto central del proyecto es la participación de usuarios potenciales de los resultados del proyecto y actores mismos del desarrollo territorial. Ellos incluirán a los siguientes tipos: i) actores locales de las experiencias analizadas en los estudios de caso; ii) inversionistas institucionales en procesos de desarrollo semejantes a los estudiados en el proyecto (agencias nacionales e internacionales específicas y, dentro de ellas, personas concretas verdaderamente interesadas en estos asuntos); iii) empresarios privados con experiencia o interés en participar en procesos económicos que tienen un sustento en la identidad cultural de territorios rurales; y iv) personas e instancias que se ocupan de cuestiones culturales y valorización de patrimonio tangible e intangible.

2.2. Avances y perspectivas del proyecto

El proyecto empezó a ejecutarse de manera sostenida hacia fines de octubre del 2005 basado en un primer plan de implementación. Hasta la fecha los principales resultados en relación con los tres objetivos planteados son los siguientes:

En relación con la conformación de una plataforma de diálogo y colaboración

- ✓ Se ha estructurado un *Directorio* en el que se han registrado más de **200 contactos en 21 países** distribuidos principalmente en toda América y Europa. Estos contactos pertenecen a una gran variedad de instituciones públicas y privadas, organizaciones sociales y económicas de base y movimientos ciudadanos, entre otras. Destacan las universidades, los centros académicos y otras instancias de formación; las agencias de cooperación; las fundaciones y las ONG, y los centros de investigación y estudios.

- ✓ Se está estructurando una primera prueba de “*mapeo*” para visualizar sobre todo en la región latinoamericana los puntos focales más importantes y con los cuales se tiene una relación más madura, a partir del universo completo de los contactos. Los primeros 4 mapas se producirán hasta mitad de julio 2006 y harán referencia a interlocutores claves para: i) experiencia y conocimiento de la temática; ii) estudios de caso; iii) difusión de información e iniciativas conjuntas; iv) incidencia política.
- ✓ Se ha organizado con éxito el **Taller Internacional Inicial “Territorios con Identidad Cultural”** en Cusco (Perú), los días 19 y 20 de abril 2006. En ese evento participaron: estudiosos de la materia, especialistas en políticas y programas públicos vinculados a la temática, postulantes a estudios de caso, actores directos de experiencias relevantes y algunas agencias de cooperación. El evento contó con el coauspicio y la participación directa de operadores y usuarios – artesanos, campesinos, operadores turísticos, microempresarios en su mayoría mujeres y jóvenes, del Proyecto Desarrollo del Corredor Puno-Cusco y del Proyecto Sierra Sur, ambos financiados por FIDA y el Gobierno del Perú.
- ✓ Se ha estructurado el *sitio Web* del Proyecto (www.rimisp.org/TerritorioeIdentidad) que está empezando a ser más interactivo y está difundiendo sistemáticamente información propia del proyecto y de otras experiencias internacionales y de América Latina, facilitando contactos e intercambios.

En relación con la comprensión de determinantes y dinámicas de desarrollo territorial rural con identidad cultural

- ✓ Se han elaborado **5 documentos de estado del arte** que contribuyen a la definición del marco conceptual y metodológico, a partir de distintos enfoques y análisis de situaciones. Este trabajo se ha realizando con universidades italianas, brasileñas, colombianas y centros de investigación franceses, con equipos mixtos de profesores, investigadores y estudiantes de doctorado.
- ✓ Se está avanzando en la línea de realizar una **publicación** con los artículos del estado del arte producidos por el proyecto y otros ensayos cortos, con la colaboración de la docente Maria Fonte de la Universitá Federico II di Napoli y con el co-auspicio de la Universidad Externado de Colombia. Ésta última ha enviado un ofrecimiento formal para la publicación de hasta 1.000 ejemplares del libro.
- ✓ Se han elaborado **perfiles de estudios de caso** en los países que el Proyecto podría financiar de manera directa: i) Bolivia (Misiones Jesuíticas de la Chiquitanía); Chile (Isla Grande Chiloé), Colombia (Comunidad Afro-Colombiana de San Basilio de Palenque) y Perú (Huacas como patrimonio arqueológico vivo del Norte del Perú).
- ✓ Se están buscando **acuerdos** a fin que otras instituciones desarrollen estudios de caso en Argentina (Un área en Mendoza), México (Queso Cotija, denominación de origen), Brasil (Dos áreas en Rio Grande do Sul y Minas Gerais) y Ecuador (Turismo en Cotacachi), haciéndolo con sus propios recursos y bajo líneas conceptuales y metodológicas compartidas con el proyecto.
- ✓ Existe una expresión formal de interés por parte del Proyecto Sierra Sur del Perú (Productos y servicios turísticos con identidad cultural en la Región Sur del Perú) para participar en el proceso a

través del financiamiento de un estudio de caso, marcando de esta manera una importante relación con FIDA y sus anteriores inversiones en gestión del conocimiento y activos culturales.

- ✓ Se está analizando la posibilidad de llevar adelante un estudio que sistematice la información existente relevante y se focalice en un trabajo de terreno en algunos países alrededor de un producto relevante y emblemático para América Latina: *el café*.
- ✓ Se están incorporando *jóvenes estudiantes* como apoyos en los estudios de caso (p.ej. una estudiante francesa en el caso de Chiloé en Chile; posiblemente graduados italianos en Perú y Bolivia). Adicionalmente en el caso de la Universidad Arcis de Chiloé hay dos estudiantes que están realizando sus tesis sobre la temática de desarrollo territorial rural con identidad cultural (DTR-IC).

En relación con la colocación de la temática en el radar de las preocupaciones de agencias nacionales e internacionales (recomendaciones estratégicas)

- ✓ Se ha logrado la *participación* de varias agencias de cooperación internacional en el Taller Internacional del Cusco (FIDA, Intermon Oxfam, Oxfam Internacional) y posibilidad de nuevos y diversos acercamientos a lo largo del proceso. Varias de las instituciones interesadas en estudios de casos que no sean los que el proyecto financiará (en Brasil y Ecuador, por ejemplo) están acercándose a otras fuentes cooperantes.
- ✓ Durante el Taller del Cusco, se han logrado interesantes *cofinanciamientos* (Fundación Ford, Intermon Oxfam, Oxfam Internacional, Municipalidad del Cusco, Proyecto Corredor Puno-Cusco, Proyecto Sierra Sur, Fidamerica, ONGs, universidades, centros internacionales, instituciones públicas, entre otros) que muestran un interés concreto por la temática. De hecho, a parte del apoyo central de la Fundación Ford, se pudieron contabilizar contribuciones de distinto tipo y naturaleza por el valor de unos USD 23.000.
- ✓ Se están estudiando *iniciativas de comunicación* focalizada y masiva durante el proceso, de manera que los resultados vayan insertándose en una agenda de discusión más amplia ligada a las políticas públicas nacionales e internacionales.
- ✓ Concretamente: en mayo se han distribuido *notas de información* a todos los participantes del Taller y al conjunto de contactos del Directorio; en julio se distribuirán, de manera mirrada, 500 ejemplares del *disco compacto* con los resultados del Taller.
- ✓ Está en *fase de análisis* con PROCASUR³ la posibilidad de estructurar de manera conjunta Rutas de Aprendizaje (un producto típico de PROCASUR) que permitan la circulación de personas e ideas, particularmente actores locales, entre las experiencias territoriales que se investigarán a través de los estudios de caso.

Hitos del proceso 2006-2007

- ✓ Documentos de estado del arte: marzo 2006
- ✓ Taller Internacional Inicial: abril 2006
- ✓ Selección y definición de estudios de caso: mayo-junio 2006

³ Un programa regional inicialmente apoyado por FIDA y que ahora opera con la colaboración de otros financiadores como la Fundación Ford.

- ✓ Bases conceptuales y metodológicas: junio 2006
- ✓ Período de realización de los estudios de caso: julio/agosto-diciembre 2006/enero 2007
- ✓ Taller Internacional Final y otras ocasiones públicas de conocimiento e intercambio de resultados: abril-mayo 2007
- ✓ Productos finales y difusión: hasta junio 2007.

3. ASPECTOS CONCEPTUALES Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Conceptos básicos

En esta sección se presentan los conceptos centrales referidos a la discusión de DTR-IC, los mismos que constituyen un “glosario” mínimo⁴ orientador para el proyecto y los estudios de caso.

Cultura

Es el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valor, creencias y tradiciones (UNESCO, 1998).

La cultura es la red de significados generados por el hombre, los numerosos sistemas de prácticas compartidas, heredados y adaptados por cada generación, que permiten una comunicación de significados dentro del sistema. La cultura está vinculada a los conocimientos locales (Geertz, 1973).

La cultura no es lo valiosamente accesorio, el cadáver exquisito que se agrega a los temas duros de desarrollo como el ingreso per cápita, el empleo o los índices de productividad y competitividad, sino una dimensión que cuenta de manera decisiva en todo proceso de desarrollo, en el fortalecimiento institucional, la existencia de tejido y capital social y la movilización de la ciudadanía (Rey, 2002).

Vinculadas al concepto de cultura:

- a) *Diversidad cultural*: multiplicidad de formas en las que se expresan las culturas de los grupos y las sociedades, y que se transmiten dentro y entre los grupos y las sociedades.
- b) *Interculturalidad*: presencia e interacción equitativa de diversas culturas y la posibilidad de generar expresiones culturales compartidas, adquiridas por medio del diálogo y de una actitud de respeto mutuo.

⁴ Mayores referencias bibliográficas y diferentes tendencias en la conceptualización se encuentran en los documentos de estado del arte del proyecto (www.rimisp.org/TerritorioeIdentidad).

- c) *Actividades, bienes y servicios culturales*. Son los que desde el punto de vista de su calidad, utilización o finalidad específicas, encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente del valor comercial que puedan tener.

(UNESCO, 2005).

Desarrollo territorial rural

Proceso de transformación productiva e institucional de un espacio rural determinado cuyo fin es reducir la pobreza rural. De la definición se desprende que el DTR descansa sobre dos pilares estrechamente relacionados:

- a) La *transformación productiva* tiene el propósito de articular competitiva y sustentablemente a la economía del territorio con mercados dinámicos, lo que supone cambios en los patrones de empleo y producción de un espacio rural determinado.
- b) El *desarrollo institucional* tiene como objetivo estimular la concertación de los actores locales entre sí y entre ellos y los agentes externos relevantes, así como modificar las reglas formales e informales que reproducen la exclusión de los pobres en los procesos y los beneficios de la transformación productiva (Schejtman y Berdegué, 2004).

Economía de la cultura

Los intentos de valorización de la identidad cultural del territorio rural han sido definidos como “economía de la cultura”. La economía de la cultura es el conjunto de las estrategias que tratan de transformar el conocimiento y la cultura local en un recurso económico (Ray, 1998).

Identidad

Es el sentido de pertenencia a una colectividad, a un sector social, a un grupo específico de referencia. Esta colectividad puede estar localizada geográficamente, pero no necesariamente. Hay manifestaciones culturales que expresan con mayor intensidad que otras su sentido de identidad, hechos que las diferencian de otras actividades que son parte común de la vida cotidiana. Por ejemplo, manifestaciones como la fiesta, el ritual de las procesiones, la música, la danza (UNESCO-PNUD, 2005).

Identidad cultural

El concepto encierra varias dimensiones: i) un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias; ii) puede trascender las fronteras – como es el caso de los migrantes – pero su origen se encuentra frecuentemente vinculado a un territorio; iii) no es un concepto fijo, sino que se recrea

individual y colectivamente y se alimenta continuamente de la influencia exterior, no tratándose de un elemento estático sino sujeto a permanente cambios.

La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias... (González-Varas, 2000).

Identidad territorial

Identificación de los actores de la comunidad local con su territorio, sus organizaciones, sus productos y servicios. Desde afuera, la imagen territorial se refiere a la identificación externa que se hace del territorio. Como una marca, la imagen territorial personaliza e identifica los atractivos y productos del territorio permitiendo el reconocimiento suprarregional o internacional de los que lo hace particular/diferente frente a los demás (Cotorruelo, 2001).

Las identidades territoriales son el reconocimiento colectivo (de los actores de una sociedad local) – implícito y explícito – de una trama de significados y sentidos propios de un tejido social específico (Benedetto, 2006).

Patrimonio cultural

Refleja la vida de la comunidad, su historia e identidad. Su preservación ayuda a reconstruir comunidades desmembradas, a restablecer su identidad, a crear un vínculo con su pasado y a crear un vínculo entre el pasado, el presente y el futuro (UNESCO, 2005).

Ver también el concepto de activos culturales (Molano, 2006b)

Patrimonio cultural material

Incluye: i) los monumentos; ii) los conjuntos: grupos de construcciones aisladas o reunidas; iii) los objetos antiguos tales como instrumentos, alfarería, inscripciones, monedas, sellos, joyas, armas y restos funerarios; iv) los materiales de interés antropológico y etnológico; v) los bienes que se refieren a la historia; vi) los bienes de interés artístico; vii) los manuscritos e incunables, códices, libros, documentos; viii) los objetos de interés numismático o filatélico; ix) los documentos de archivo, incluidas grabaciones de textos, mapas y otro material cartográfico, fotografías, películas cinematográficas, grabaciones sonoras; x) el mobiliario, los tapices, las alfombras, los trajes, los instrumentos musicales; xi) los especímenes de zoología, de botánica y de geología (UNESCO; Molano 2006a).

Patrimonio cultural oral e inmaterial

Las creaciones de una comunidad fundadas en las tradiciones expresadas por individuos que responden a las expectativas de su grupo, como expresión de identidad cultural y social, además de los valores transmitidos oralmente. Uno de los mayores avances de UNESCO ha sido generar un reconocimiento internacional del patrimonio que no es monumental, que forma parte de los pueblos, de su creatividad e identidad cultural: el oral y el intangible.

Son testimonio de ello: la lengua, la literatura, la música, la danza, los juegos, la mitología, los ritos, las costumbres, los conocimientos ancestrales y la manufactura de artesanía (UNESCO; Molano, 2006a).

Sistema local de producción

El concepto nació como realidad económica alternativa a la especialización industrial de tipo fordista. El sistema local de producción presenta dos grandes diferencias con aquella: i) coordinación entre actividades económicas por “cooperación y competición”, y no por “jerarquía y competición”; ii) economías de escala perseguidas a nivel territorial, y no a nivel de empresa individual. Mientras el sistema local industrial (Bagnasco, 2001; Becattini, 2000) – conocido como “distrito” - generalmente es un sistema productivo especializado (p.ej. el distrito textil), los sistemas territoriales rurales a menudo son caracterizados por una economía diferenciada. En este caso la red local se basa en relaciones múltiples e intersectoriales. Local tiene un doble sentido de proximidad geográfica y social. Territorio es considerado un conector de las actividades económicas, complementario o alternativo a otros conectores como mercado, jerarquía, *network* extraterritorial. Se trata de un sistema cognitivo específico que transforma y multiplica el conocimiento sedimentado por factores históricos, reproducido y ampliado por las innovaciones de los sujetos que viven en el territorio (Rullani, 2003).

Territorio

El territorio como construcción social que supone concebir el territorio no como un espacio físico “objetivamente existente”, sino como un conjunto de relaciones sociales que dan origen y a la vez expresan una identidad y un sentido compartidos por múltiples agentes públicos y privados (aunque dicha construcción implique muchas veces transitar por procesos de conflicto y negociación). Es dicha identidad la que permite dar sentido y contenido a un proyecto de desarrollo de un espacio determinado, a partir de convergencia de intereses y voluntades (Schejtman y Berdegué, 2004)

Si el territorio se entiende bajo una visión política y no simplemente geográfica, se refiere a un producto social basado en una matriz de interacciones donde el poder juega un papel preponderante en la determinación de las relaciones que se concretan en el espacio.

La territorialidad puede ser entendida como un conjunto de activos específicos, que no pueden encontrarse bajo la misma forma en otros lugares, activos de los que gozan en grados diferentes todos los actores económicos de un territorio y que son diferentes de los recursos genéricos que pueden encontrarse en varios lugares (Pecquer, 1992).

Valorización de la identidad cultural

Elementos importantes de esta valorización (ver economía de la cultura) son:

- a) Objetivos económicos, sociales y medioambientales
- b) Recursos a promover (bienes materiales e inmateriales; recursos “móviles” - en el sentido que pueden viajar - e “inmóviles”)
- c) Actores (los que toman la iniciativa y los que están implicados en ella; actores públicos y actores privados; actores locales y actores no locales)
- d) Estrategias (estrategia sectorial o basada en un producto; estrategia territorial integrada o basada en una canasta de bienes y servicios).

(Fonte et al. 2006; Flores, 2006; Soto, 2006).

Valorización de la identidad cultural (calidad)

Un elemento central de la valorización de la identidad cultural es la calidad. Es un término multidimensional y ambiguo. En general, “las calidades” son todas las características que contribuyen a calificar un producto, o sea a hacerlo “único” (Callon et al., 2002).

La economía de la demanda diferencia las calidades en calidades subjetivas (calidades percibidas por el consumidor) o “atributos” y calidades objetivas o “características” del bien (Lancaster, 1966).

Para la sociología de las redes, en cambio, todas las calidades de un producto son características relacionales, es decir derivan de un proceso de calificación/recalificación que implica la red de agentes humanos y no-humanos construida por aquel producto en su recorrido, desde su producción hasta el consumo.

Cuando se consideran productos agroalimentarios, prevalecen dos visiones de calidad: i) una que relaciona la calidad a las características que garantizan mínimos estándares de seguridad sanitaria e higiene del producto; y ii) una que entiende a la calidad sobre bases más amplias relacionadas a calidades sensoriales que no pueden ser identificadas antes del acto de compra o a atributos reconocidos como importantes para el consumidor y vinculados a las técnicas y procesos productivos (valores éticos, sociales o ambientales; productos del comercio justo y solidario; productos de la agricultura biológica).

La calificación del producto construida alrededor de las características de un territorio evoca los valores de pertenencia a una tradición, una historia, una cultura.

Valorización de la identidad cultural (estrategia sectorial o basada en un producto)

Está centrada en la valorización de un producto específico, con el objetivo principal de permitir al producto portador de la identidad cultural de “viajar” a mercados lejanos, sin perder el vínculo con sus propias raíces. La identidad territorial es “encapsulada” en el producto (p.ej. productos alimenticios regionales; artesanía. Un producto típico móvil es vendido en un mercado lejano).

Características:

- ✓ Relaciones verticales
- ✓ Papel más importante para los actores privados
- ✓ Objetivos económicos
- ✓ Target de mercado: consumidores hedonísticos o éticos
- ✓ Importancia de la certificación
- ✓ Efectos indirectos en el territorio: empleo, renta, creación de instituciones intermedias y desarrollo de capacidades organizativas.

(Fonte et al, 2006).

Valorización de la identidad cultural (estrategia territorial integrada o basada en una canasta de bienes y servicios)

Implica la valorización total de la identidad de un territorio a través de una “canasta de bienes y servicios” (p.ej. ruta del vino; hospitalidad difusa; festival de música).

Características:

- ✓ Redes horizontales (en el territorio)
- ✓ Estrategia más adecuada cuando los bienes que se quieren valorizar son inmóviles (costumbres locales, sitios arqueológicos...)
- ✓ No son los bienes sino los consumidores “los que viajan”
- ✓ Estrategia más adecuada para conseguir objetivos múltiples: económicos pero también sociales y medioambientales
- ✓ Involucra más directamente actores públicos y de la sociedad civil
- ✓ No es importante la certificación, lo es más la presencia de actores capaces de mediar entre culturas diferentes (local y extra-local)
- ✓ Efectos directos y más amplios sobre el territorio no sólo en términos económicos (la renta territorial se reparte entre más actores) sino también en términos de crecimiento de la autoestima y la intensificación de los vínculos sociales.

(Fonte et al., 2006).

3.2. Situando el proyecto (contexto, hipótesis y pregunta de fondo)

El contexto

El punto de entrada del proyecto es el desarrollo territorial rural con base en productos y servicios con identidad cultural (DTR-IC). En función de la contextualización del proyecto, es importante tomar en cuenta los siguientes elementos:

1. *El DTR-IC no es el único tipo de DTR posible pero constituye un camino en determinados contextos.*

El concepto de territorio es más amplio que el de IC. Ésta última se plasma en ciertos productos y servicios que pueden estar presentes, o no, en el territorio. Consecuentemente, si la IC puede o no ser un elemento constitutivo de un territorio, no se trata de “culturizar” a toda costa el desarrollo en todos los contextos. No interesa inventar una IC a un territorio rural pobre para desarrollarlo, interesan solo aquellos territorios que la tienen en acto o en potencial. No es pensable que desde el punto de vista de las políticas públicas se concentren las inversiones sólo en la IC puesto que aquello, dependiendo de los contextos, podría ser contraproducente para el desarrollo económico.

Sin embargo, al elegirse como punto de entrada en determinados territorios, la IC puede representar un factor clave, puesto que la misma: i) no ha sido valorada suficientemente en las políticas públicas y, en general, en las iniciativas de desarrollo; ii) representa un canal que permite avanzar hacia lo multisectorial y lo urbano, considerando que las políticas de lucha contra la pobreza rural no pasan necesariamente hoy en día por la agricultura⁵.

Habida cuenta de lo anterior, el foco del proyecto es identificar, conocer y analizar las experiencias territoriales que han incorporado de manera sustantiva los elementos culturales, haciendo de la IC un motor de desarrollo (Ramírez, 2006). En este marco el territorio nos interesa porque el DTR no ocurre sólo “en el campo” sino en sus vínculos con la historia, las ciudades, los mercados y los migrantes (Haudry, 2006).

2. *Existen distintas identidades y distintos roles para la IC en el territorio.*

Es necesario evitar mecanicismos en base a los cuales se acaba con identificar un territorio con un solo tipo de identidad y eventualmente con un solo tipo de actor,

⁵ Elena Saraceno. La evolución de las políticas rurales de la Unión Europea. El rol de la identidad cultural del territorio. Taller Internacional “Territorios con Identidad Cultural”, Cusco, 19 y 20 de abril 2006. Rimisp. www.rimisp.org/Territorioeidentidad

“portador” de esa identidad. Pueden darse varias identidades en el mismo territorio, coexistiendo de manera más o menos conflictiva.

La IC de un territorio, según como se la considere y evolucione, puede jugar un papel de promoción del desarrollo económico, social y ambiental, pero también puede jugar un rol localista, simplemente conservador de lo tradicional, proteccionista, con menor impacto y mayor necesidad de asistencia del sector público⁶. Su misma potencialidad de inclusión o exclusión de diversos sectores y grupos de la población depende mucho de la “delgada línea roja” entre esas dos distintas opciones.

Habida cuenta de lo anterior, el foco del proyecto es explorar aquellas situaciones en las que la IC se mueve en el primer polo como promotor de desarrollo, creándose y recreándose continuamente, incorporando lo externo, innovando, buscando diversas formas de valorización y relación con los mercados.

3. *Visiones distintas de la DTR-IC respecto a la globalización.*

Coexisten diversas formas de considerar al componente de IC en el DTR. Una que visualiza al DTR-IC como una forma alternativa de desarrollo económico que implica distintos niveles de resistencia a la globalización. Ésta última es entendida como modernización que pone a riesgo la variedad de las tradiciones y las culturas locales, a causa de la homogeneización de los estilos de vida y los hábitos de consumo, deteriorando rápidamente las diferencias y marginando a los actores portadores de las mismas (Fonte et al., 2006).

En esta visión el DTR-IC no se reduce a una economía basada en un producto “encadenado” o a una suma de canastas de bienes y servicios, bajo el supuesto que no hay que confundir estrategias de valorización de IC con actores y objetivos de desarrollo. Los actores y los mercados relativos a un territorio son los que, en primera instancia, hacen posibles, o no, determinadas estrategias. El objetivo no es un territorio que exporta mejor sino que los individuos y las tramas de actores y relaciones en el territorio y la dotación de sus activos puedan aumentar, capitalizarse, valorizarse y constituir un medio concreto de salida de la pobreza (Haudry, 2006). En este sentido posiblemente el mercado internacional no sea el primer valorizador de productos con IC, en la medida en que se constituyan mercados que captan a los que están afuera, que atraen a los consumidores en vez de hacer viajar productos y servicios frágiles (Fonte, 2006). La resistencia se va transformando en propuesta proactiva y alternativa a la estandarización.

Otra visión es la que tiende a concebir al DTR-IC como una opción para que los pobres participen creativamente en la globalización, ganando con ella. En esta opción, se otorga

⁶ Elena Saraceno, Op. Cit., 2006.

mayor centralidad al producto o a la canasta de bienes y servicios, a la comercialización ex situ y a los mercados convencionales, lo cual implica también un mayor énfasis acerca de la institucionalidad necesaria para romper barreras o cuanto menos reducirlas en función del acceso de los mismos pobres (Berdegué, 2006).

El proyecto deberá tener presente estas diversas visiones a través del análisis concreto de experiencias territoriales y su devenir, de manera que los resultados de la investigación puedan llegar a evidencias concretas respecto a esas diferentes opciones, incluyendo su eventual complementariedad. En este sentido, el aporte de la investigación será como reconocer, certificar y facilitar la valorización de los activos y las inversiones culturales de manera que se constituyan en un instrumento estratégico clave para los actores rurales pobres de determinados territorios.

4. *DTR-IC: ¿Herramienta para los pobres o creación de nuevas exclusiones?*

El enfoque de IC puede contener un significado de exclusión social o de auto-exclusión, por tanto debe quedar claro que la identidad de la que se habla en el proyecto es la que reconoce el valor de la diversidad y que construye puentes de comunicación entre culturas diferentes, contribuyendo a abrir el sistema económico y social hacia fuerzas externas y hacia las personas excluidas y marginadas. En este sentido la valorización de la IC sería un proceso económico que se adapta bien a los territorios pobres y marginales por varios motivos entre los que se destacan: i) esos territorios son los que, generalmente, han sido menos afectados por la industrialización y la modernización, manteniendo a menudo mayores rasgos de IC; y ii) la valorización de la IC parece adecuarse mayormente, por sus características, a comunidades rurales de pequeñas dimensiones (Fonte et al., 2006).

Sin embargo es preciso tener presente que contra esas tendencias pueden operar factores que conduzcan a nuevas y distintas formas de inequidad en procesos de DTR-IC. Por ejemplo, la IC puede encarecer los procesos de valorización territorial y alejar de sus beneficios a los pobres, a los que tienen menos activos culturales que poner en valor. Se pueden producir formas de apropiación de la renta por parte de actores extra-locales que van alejando paulatinamente de los mayores beneficios a los actores locales o a grupos determinados entre los actores locales, como por ejemplo a las mujeres o los jóvenes o los productores primarios. O los bienes y servicios con IC pierden las características de calidad y diferenciación al ingresar a un mercado más globalizado, contribuyendo simplemente a mantener la pobreza (Flores, 2006; Fonte et al., 2006).

Estas reflexiones son centrales para el proyecto puesto que no se está persiguiendo cualquier DTR-IC sino procesos con altos componentes de inversión cultural, que se conviertan en herramientas de lucha contra la pobreza y de apuesta a una mayor equidad y sustentabilidad de procesos de desarrollo.

5. *Más allá del énfasis económico: la articulación entre las dimensiones económicas, sociales y ambientales.*

Al respecto de los objetivos y las estrategias de DTR-IC, así como es importante que los casos presenten evidencias relativas a los impactos económicos, también es clave indagar acerca de la articulación entre la dimensión económica, social y ambiental⁷.

El proyecto enfatiza la primera al ocuparse de la valoración “en el mercado” y la segunda al referirse enfáticamente a los temas de acceso y distribución de beneficios. Sin embargo, no se deberá descuidar el análisis ambiental en la medida en que iniciativas que pueden haber producido pocas variaciones en el incremento de los ingresos, quizás estén canalizando externalidades positivas en el ambiente y por tanto producción de bienes públicos para los cuales sería legítimo pedir una “remuneración/retribución” a las autoridades locales, nacionales e internacionales, o cuanto menos una atención por parte de las políticas públicas. Por otro lado, estrategias de DTR-IC, por ejemplo basadas en un determinado producto, pudieran resultar muy exitosas desde el punto de vista del acceso a mercado pero altamente dañinas en términos de buen manejo de recursos naturales, haciendo además la misma producción escasamente sostenible en el tiempo.

La transformación del conocimiento y la cultura local en recursos económicos no debe hacer olvidar otras dimensiones de los posibles beneficios, a nivel colectivo y también individual. En este sentido, el incremento de activos financieros debería estar ligado a la consolidación de los demás activos humanos, sociales, naturales y físicos.

Las hipótesis

El proyecto se sustenta sobre tres hipótesis principales a ser consideradas en los estudios de caso:

1. Muchos territorios pobres de América Latina y el Caribe (ALC) están dotados de un abundante, rico y distintivo patrimonio cultural, basado en múltiples activos (materiales/inmateriales; móviles/inmóviles). La inversión en valorización de la IC puede constituir una estrategia efectiva de desarrollo sustentable e incluyente de dichos territorios.

⁷ El énfasis en no limitarse a un enfoque económico fue expresado de manera enfática por varios de los participantes del Taller, durante y luego del mismo. Ver también al respecto de este tema, la comunicación escrita de Maria Fonte del 21 de junio 2006.

2. Hay una demanda emergente en segmentos importantes de consumidores por 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 por encima de otras alternativas.

3. La valorización de la IC necesita del desarrollo de innovaciones a nivel de políticas, inversiones públicas y 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 DTR-IC y en la distribución de sus beneficios.

La pregunta de fondo del proyecto

¿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? ¿Cómo?

3.3. Precisando las preguntas de investigación

Tomando en cuenta el contexto, las hipótesis y la pregunta de fondo, el proyecto y los estudios de caso están llamados a responder⁸ a los siguientes **tres grupos de preguntas**:

⁸ Los resultados de cada grupo de preguntas están pensados en relación con: i) los tres objetivos del proyecto (conformación de una plataforma de diálogo y colaboración; comprensión de las determinantes y dinámicas de DTR-IC; formulación de recomendaciones estratégicas; y ii) el nivel de los estudios de caso y también del proyecto en su conjunto.

Preguntas de investigación

1. ¿Qué tipos de experiencias existen para promover procesos de DTR-IC?

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.

Resultado principal: inventario básico de actores y activos en el contexto del territorio a nivel de estudio de caso; un mapa regional de experiencias de DTR-IC a nivel del proyecto.

2. ¿Cuáles son las características principales de las estrategias de valorización de IC 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

Resultado principal: respuesta a la pregunta de fondo desde los estudios de caso y desde el proyecto.

3. ¿Qué se necesita para incentivar la valorización de la IC en el marco de un proceso sostenido y equitativo de DTR-IC?

- 3.1. A nivel de políticas e inversiones públicas
- 3.2. A nivel de los servicios
- 3.3. A nivel de los roles de distintos sectores

Resultados: propuestas concretas territoriales a nivel de estudio de caso; recomendaciones para propuestas normativas orientadas a agencias de desarrollo nacionales e internacionales, instituciones públicas y privadas⁹.

⁹ Un nivel más amplio y articulado de recomendaciones para propuestas normativas dirigidas a múltiples actores será enfatizado en el artículo de síntesis de todos los estudios de caso. Sin embargo, se espera que cada uno de los estudios pueda proveer pautas para ese nivel. No se trata de hacer planteamientos excesivamente macro o abstractos, sino de identificar líneas factibles de ser desarrolladas concretamente.

4. MARCO ANALÍTICO Y METODOLÓGICO

4.1. Ejes de análisis

1. Tipos de experiencias

Al comienzo de los estudios de caso se realizará un relevamiento y una descripción básica a partir de información secundaria disponible y de 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 IC del territorio considerado. Los temas a considerarse serán:

1.1. Territorio y sistema de producción local

- ✓ Ubicación geográfica y agroecológica¹⁰
- ✓ Escala / dimensión del territorio
- ✓ Conexiones internas y externas
- ✓ Objetivos y dinámicas de desarrollo

1.2. Activos¹¹ culturales

- ✓ Materiales/inmateriales; móviles/inmóviles (sustancialmente en qué productos y servicios de expresa el patrimonio cultural local)
- ✓ En fase de valorización¹² (qué se ha hecho para valorizar dicho patrimonio cultural local)
- ✓ Potenciales de ser valorizados
- ✓ Facilidades y restricciones para la valorización

1.3. Actores, redes e instituciones relacionados con la valorización de la IC del territorio

- ✓ Actores
- ✓ Redes
- ✓ Instituciones

1.4. Estrategias existentes para la valorización de la IC del territorio

¹⁰ El énfasis en la contextualización agroecológica será mayor para aquellos casos en los que los productos del agro serán elementos integrantes fundamentales de las estrategias de DTR-IC. Sin embargo, un nivel mínimo de contexto agroecológico será requerido para todos los estudios puesto que es el mismo que también contribuye a influir la opción por determinadas estrategias en vez que otras.

¹¹ “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” (Molano, 2006b:15).

¹² Para la “valorización”, tomar en cuenta los conceptos vertidos en este documento, en la sección 3.1. Conceptos básicos. Ver también el concepto de patrimonio cultural.

- 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).

2. Características de las estrategias de DTR-IC

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

2.1. Los objetivos de DTR-IC

- 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 a nivel 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?

2.2. La incorporación y visualización de la IC del territorio

- a. ¿En qué productos y servicios principales se basa la estrategia de DTR-IC identificada? ¿Se trata predominantemente de patrimonio inmaterial o material? ¿De bienes “móviles o inmóviles? ¿O de una mezcla de ambos tipos?
- b. ¿Se trata de productos y servicios pre-existente, 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? ¿Y cuáles son los principios que rigen estos procesos de innovación (p.ej. estándares de calidad externos al territorio; decisiones autónomas...)?
- e. ¿Quiénes son los actores, las redes y las instituciones principalmente involucrados en su valorización y qué rol juegan? (Actores locales, extra-locales, 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 cuáles 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?

2.3. 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 – incluyendo los de transacción - en los que se incurre (p.ej. para coordinación/acción colectiva; certificación y otras normas; cumplimiento con los estándares de calidad de calidad cultural; fiscalización y ejercicio de los derechos de propiedad intelectual; protección del patrimonio cultural)?
- ✓ ¿Cómo y quiénes financian estos costos?

2.4. 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 participan con menores posibilidades? ¿Existen evidencias de mayores inequidades en el caso de los grupos generalmente más excluidos como los más pobres, las mujeres, los jóvenes?

2.5. Los beneficios y su distribución

- a. ¿Cuáles son los principales beneficios que derivan de estrategias de DTR-IC?
 - ✓ A nivel de activos “intangibles”: humanos (autoestima, identidad, sentido de pertenencia, orgullo, respeto..), sociales (cohesión social, redes extraterritoriales, mayor intermediación social...)
 - ✓ A nivel de 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 y cuáles son las eventuales inequidades que se están visualizando, y por cuáles 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?

Cuadro 1
Cuadro analítico referido a la caracterización de estrategias de DTR-IC

Ejes de análisis	Preguntas	DTR-IC sectorial (basada en producto)	DTR-IC integral (basada en canasta de bienes y servicios)
Objetivos de DTR-IC	Económicos		
	Sociales		
	Ambientales		
	Prioridad asignada a los objetivos y grado de articulación entre ellos		
Incorporación y visualización de la IC del territorio	Características/ tipo de productos y servicios en fase de valorización (materiales/inmateriales; móviles/inmóviles; pre-existentes/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 obstaculizantes la valorización (y sus roles)		
	Gobernanza de 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 qué 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)		

3. Incentivos para el DTR-IC

Habiendo caracterizado los comportamientos y tendencias de las estrategias de DTR-IC del territorio 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:

3.1. A nivel 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?

3.2. A nivel 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

3.3. A nivel 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.

4.2. Aspectos metodológicos

Los aspectos metodológicos relevantes a ser tomados en cuenta en los estudios de caso serán:

- a. La *conformación de pequeños equipos* con la presencia de investigadores senior y junior que se complementen en cuanto a disciplinas y competencias/habilidades. En la medida de lo posible los investigadores junior podrían ser jóvenes talentos locales que conocen la situación y los actores involucrados en el caso a estudiarse, y que puedan establecer niveles de confianza desde el comienzo. Sin embargo, es fundamental entender que no se trata de una actividad de promoción del desarrollo sino de una investigación aplicada que apunta a resultados en términos de recomendaciones estratégicas.
- b. La *solvencia de los equipos*. Si bien se reconoce que la temática es relativamente nueva en ALC y no hay mucha experiencia de investigación acumulada al respecto, es clave que los equipos tengan la capacidad necesaria para enfrentar rigurosamente el estudio de caso, y por tanto muestren antecedentes en este sentido, así como algún tipo de relacionamiento previo con los principales actores presentes en el territorio que se quiere estudiar.
- c. La *complementación entre métodos cualitativos y cuantitativos* que ayuden a recoger la información pertinente para responder de manera consistente a las preguntas de investigación y acumular evidencias respecto a los ejes analíticos planteados. Desde la fase de las propuestas (Ver ANEXO 1) es necesaria una explicación rigurosa de los métodos que se emplearán y su justificación, tomando en cuenta estas Bases y las características del caso.
- d. La *pertinencia de incluir no sólo los casos de éxito sino también aquellos que han fracasado* para visualizar los obstáculos en la valorización de los recursos con IC. Aquello es posible de hacerse tanto en el ámbito del mismo territorio (p.ej. comparando estrategias de DTR-IC entre diversos Municipios; o zonas agroecológicas) o a partir de la valorización de un mismo tipo de patrimonio en diferentes territorios (p.ej. entre la valorización de un conjunto arqueológico en un territorio respecto a otro ubicado en otro territorio).
- e. La *necesidad de programar de manera adecuada las actividades* relativas a la recolección, procesamiento y análisis de cada caso tomando en cuenta: i) el período máximo de seis meses para realizar el estudio; ii) los recursos monetarios de los que se dispone; iii) los tiempos necesarios para involucrar a los actores locales, compartiendo

con ellos el proceso; iv) la elaboración y difusión de los productos previstos (ver el capítulo 6); y v) mantener la interlocución necesaria con los equipos a cargo de los otros estudios de caso y la Coordinación del proyecto.

- f. La *participación de los actores* interesados en cada estudio y en particular de aquellos que serán los principales “usuarios” de la información que se genere, involucrándolos en las discusiones y, en particular, en la elaboración de las conclusiones y recomendaciones, “dando sentido y uso” de los resultados de la investigación. Al respecto será útil trabajar con consultas públicas¹³; registros de testimonios e historias de vida y otros procesos más interactivos¹⁴.
- g. El *análisis de género* será un requisito sine qua non a lo largo del estudio de caso. Todos los reportes programados deberán incluir esta dimensión, y no tan sólo en relación al eje de distribución de los beneficios sino respecto a todos los ejes analíticos señalados. Lo anterior podrá representar un aporte neto del proyecto puesto que los estados del arte no han profundizado este aspecto.

5. SELECCIÓN DE LOS ESTUDIOS DE CASO

5.1. Antecedentes

Antes y después del Taller de Cusco, se tomaron contactos y se acercaron al proyecto diferentes postulantes interesados en los estudios de caso. Como se pudo apreciar en la sección 2.2 (Avances y perspectivas del proyecto), se cuenta con perfiles preliminares de varios estudios de caso. Durante los meses de mayo-junio 2006 algunos de los equipos estuvieron trabajando en la línea de: i) revisar los documentos de estado del arte, asimilar los resultados del Taller de Cusco y discutir internamente estos insumos; ii) identificar los posibles integrantes del equipo de investigación; y iii) empezar a identificar y organizar las

¹³ Para las consultas públicas, se podrá hacer referencia a especialistas en materia y metodologías desarrolladas inicialmente por la UNESCO y profundizadas por FIDA. Ver al respecto: Talleres de consulta con la población local. Olga Lucía Molano. Informes para la formulación del Proyecto Sierra Sur en Perú y del Proyecto *ACTIVOS* en Colombia, 2002 y 2004. La Coordinación del proyecto podrá facilitar contactos en este sentido.

¹⁴ En el Taller de Cusco se sugirió de manera reiterada la posibilidad de usar concursos para recoger los testimonios locales útiles en función de la investigación. Al respecto, será útil consultar con aquellos operadores que han mostrado manejar solventemente la metodología de los concursos en varios ámbitos, como el Proyecto MARENASS (www.marenass.org), el Proyecto Corredor Puno-Cusco (www.corredorpuno-cusco.org) y el Proyecto Sierra Sur (www.sierrasur.org.pe). Desde el punto de vista del uso de los concursos más específicamente orientados a la investigación, ver en Molano, 2006b.

fuentes de información. Todo aquello de cara a la presentación de una propuesta final de estudio de caso que será analizada en julio por la Coordinación y el Equipo Directivo del proyecto.

En algunos de los casos que no serán financiados directamente por el proyecto sino que se establecerán marcos de colaboración interinstitucional de diversa naturaleza (incluyendo el hecho de compartir estas Bases conceptuales y metodológicas), las instituciones interesadas están en búsqueda de sus propios recursos para implementar el caso.

Habida cuenta de estos antecedentes, que implican además la construcción paulatina de una plataforma de diálogo con diferentes interlocutores, no se trata tanto de seleccionar ex ante sino de orientar el proceso de manera que las propuestas finales de los casos pre-identificados correspondan a estas Bases, siendo lo suficientemente sólidas como para esperarse razonablemente buenos resultados.

De esta manera será factible pensar de poder pasar, en el futuro, de este proyecto – entendido como una fase piloto en la temática de DTR-IC en ALC - a iniciativas de inversión combinada con investigación de mayor envergadura.

Es en este marco que hay que entender los siguientes criterios de selección.

5.2. Criterios para la selección

Los casos que se presenten deben guardar estrecha relación con:

1. 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 (p.ej. reducida a pocas comunidades con poca población y con procesos de valorización muy incipientes o meramente potenciales).

2. Diferentes estrategias de DTR-IC
 - a. DTR-IC sectoriales con base en productos

- b. DTR-IC integrales con base en canasta de bienes y servicios

Las dinámicas internas y externas al territorio deberán ser sugerentes en función de las políticas y diversos actores interesados (p.ej. 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 IC; tampoco se estudiará un producto sin que sea evidente la incorporación en el mismo de rasgos de IC, haciéndolo emblemático particularmente en relación a mercados externos).

3. Diferentes combinaciones internas a esas estrategias en relación con las características señaladas en el marco analítico:
 - a. Los objetivos de 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.

En el ANEXO 1 se adjunta el formato para presentar las propuestas definitivas.

6. PRODUCTOS FINALES

Los productos esperados de cada estudio de caso serán por lo menos dos¹⁵:

1. Un **artículo** analítico en español con una dimensión máxima de 20.000 palabras, incluyendo el contenido completo, desde el título hasta las referencias bibliográficas.

El siguiente representa el índice tentativo del artículo:

- 1. Resumen ejecutivo.**

Es esencial un resumen ejecutivo elaborado cuidadosamente. Deberá ser claro y presentar suficiente información acerca del contexto del estudio de caso, los métodos usados, los resultados, y las conclusiones y recomendaciones.

- 2. Contexto.**

Este capítulo proveerá información descriptiva clave acerca del estudio de caso, el territorio y la experiencia analizada, su relevancia para el país y la temática de DTR con IC, en el ámbito del proyecto.

- 3. Revisión de la literatura.**

Este capítulo presentará la revisión bibliográfica efectuada en relación con el estudio de caso y los tópicos principales a ser tratados por el mismo. Iluminará acerca de los vacíos de conocimiento existentes y explicará la importancia del estudio de caso desde las

¹⁵ Otros podrán ser previstos en el ámbito y con el cofinanciamiento de cada estudio de caso.

perspectivas de los objetivos del proyecto y, en particular, de las recomendaciones estratégicas para situar la temática en el radar de instituciones nacionales e internacional, enfatizando la incidencia en políticas.

4. Métodos.

Este capítulo presentará detalladamente los métodos empleados para realizar el estudio de caso, tanto en la recolección de la información como en su análisis. La elección de los métodos deberá ser justificada. Si se tratará de métodos estándar, se deberán proveer cortas referencias a la literatura que describe estos métodos con mayor detalle.

5. Resultados.

Este capítulo presentará los principales hallazgos del estudio de caso, discutiendo los aspectos conceptuales, las preguntas de investigación y el marco analítico que se han descrito en las secciones 3 y 4 de este documento. Se enfatizarán las implicaciones de dichos resultados y las lecciones aprendidas.

6. Conclusiones y recomendaciones

Este capítulo resaltarán los factores claves que facilitan y/o obstaculizan procesos de DTR-IC orientados a la lucha contra la pobreza, la reducción de las desigualdades y el desarrollo sustentable.

7. Bibliografía

Se proveerá el listado completo de las referencias bibliográficas utilizadas.

8. Anexos.

Se insertarán sólo y exclusivamente los Anexos que impliquen ilustrar y detallar, a fines de sustento y consistencia, los resultados del estudio de caso. Por tanto los Anexos deberán ser seleccionados cuidadosamente para que sean relevantes.

2. Un producto ad hoc consensuado con los actores locales involucrados en la experiencia territorial estudiada, en base a los siguientes parámetros: i) que facilite la comunicación, socialización y apropiación local de las conclusiones y recomendaciones relevantes del estudio de caso; ii) que sea de utilidad práctica local en el sentido de apoyar alguna iniciativa local de DTR-IC (p.ej. un disco compacto que recopile y difunda las formas artísticas locales como cantos, músicas, cuentos; un mapa de las rutas de productos y servicios locales con IC; un almanaque con las principales ferias, festividades y ocasiones culturales locales; un inventario de talentos – conocedores locales; programas radiales; una demostración-feria de productos típicos...). Obviamente estos productos serán compatibilizados con los recursos de los que se dispone por el estudio de caso.

7. BIBLIOGRAFÍA¹⁶

Benedetto, Andrea (2006)

Aportes para la re-valorización de procesos de diferenciación productiva en áreas de co-existencia geográfica (Mendoza, Argentina). Proyecto de Desarrollo territorial rural a partir de servicios y productos con identidad. Abril. Disponible en: www.rimisp.org/TerritorioeIdentidad

Berdegú, Julio A. (2006)

Síntesis del Taller Internacional “Territorios con Identidad Cultural” (Cusco, 19 y 20 de abril) con base en las presentaciones y las ideas de los participantes. Proyecto de Desarrollo territorial rural a partir de servicios y productos con identidad. Abril. Disponible en: www.rimisp.org/TerritorioeIdentidad

Berdegú, Julio A., Lucian Peppelenbos y Estelle Bienabe (2005)

A Method for the Analysis of Innovative Practice in Connecting Smallholder Producers with Dynamic Supply Chains. Resource Paper for Component 2. Regoverning Markets. Keys to Inclusion of Small-Scale Producers in Dynamic Markets. September.

Corason Project (2006)

A Cognitive Approach to Rural Sustainable Development - Dynamics of Expert and Lay Knowledge. European Commission. Disponible en: www.corason.hu

Flores, Murilo (2006)

A identidade cultural do território como base de estratégias de desenvolvimento. Uma visao do estado da arte. Proyecto de Desarrollo territorial rural a partir de servicios y productos con identidad. Abril. Disponible en: www.rismip.org/TerritorioeIdentidad

Fonte, Maria (2006)

Local Food Production and Knowledge Dynamics in the Rural Sustainable Development. Input Paper WP6. Italian Team. First Draft. Junio.

Fonte, Maria, Teresa Acampora y Viviana Sacco (2006)

Economía de la cultura y desarrollo rural: reflexiones teóricas y casos empíricos. Proyecto de Desarrollo territorial rural a partir de servicios y productos con identidad. Abril. Disponible en: www.rismip.org/TerritorioeIdentidad

Haudry, Roberto (2006)

Notas posteriores al Taller del Cusco. Documento de trabajo. Mayo.

¹⁶ Una amplia referencia a las principales producciones actuales sobre la temática se encuentra en los documentos de estado del arte del proyecto disponibles en: www.rimisp.org/TerritorioeIdentidad.

Molano, Olga Lucía (2006a)

La identidad cultural, uno de los detonantes del desarrollo territorial. Proyecto de Desarrollo territorial rural a partir de servicios y productos con identidad. Abril. Disponible en:

www.rismip.org/TerritorioeIdentidad

Molano, Olga Lucía (2006b)

Identificación y valorización de los activos de los pobres rurales: estudio piloto de investigación en las Comunidades de la Sierra Sur del Perú. CRDI-IDRC, FIDA, MIMDES-FONCODES. Editorial Bartolomé de las Casas. Cusco-Perú. Segunda edición, mayo. Pronto estará disponible el artículo sintético sobre el mismo texto en: http://www.idrc.ca/en/ev-91397-201-1-DO_TOPIC.html

Ramírez, Eduardo (2006)

Hacia una síntesis del estado del arte. Proyecto de Desarrollo territorial rural a partir de servicios y productos con identidad. Abril. Disponible en: www.rismip.org/TerritorioeIdentidad

Rimisp, Fundación Ford (2005-2006)

Documentos del Proyecto de Desarrollo territorial rural a partir de servicios y productos con identidad y del Taller Internacional “Territorios con Identidad Cultural” (Cusco, 19 y 20 de abril 2006).

Disponibles en: www.rimisp.org/TerritorioeIdentidad

Schejtman, Alejandro y Julio A. Berdegué (2004)

Desarrollo territorial rural. Debates y Temas Rurales N.1. Rimisp. Santiago-Chile.

Soto, David (2006)

La identidad cultural y el desarrollo territorial rural, una aproximación desde Colombia. Proyecto de Desarrollo territorial rural a partir de servicios y productos con identidad. Abril. Disponible en:

www.rismip.org/TerritorioeIdentidad

ANEXO 1

Formato para la propuesta final de los estudios de caso

Por favor llenar y enviar a:

- Claudia Ranaboldo: cranaboldo@rimisp.org
- Carolina Porras: cporras@rimisp.org

A. EL ESTUDIO DE CASO (máximo 8 páginas en formato Times New Roman 11, tamaño carta, interlineado sencillo)

1. Antecedentes de la propuesta

1.1. Breve descripción del origen de la idea del estudio de caso.
¿Quién la generó y en base a cuáles motivaciones?

1.2. Breve caracterización de la experiencia a estudiarse, delineando los elementos esenciales referidos a:

- Territorio y sistema de producción local
- Activos culturales
- Actores, redes e instituciones relacionados con la valorización de la IC del territorio
- Estrategias existentes para la valorización de IC del territorio

De la descripción debe quedar claro por qué se escogió esta experiencia y no otras, y las razones en base a las cuales se puede afirmar tratarse de un territorio en el que se está valorizando la identidad cultural, a través del acceso a mercados de determinados productos y servicios.

2. Justificación de la propuesta

2.1. ¿De qué manera el estudio de caso propuesto aportará a los objetivos del Proyecto de Desarrollo territorial rural a partir de servicios y productos con identidad, y en particular a las hipótesis y preguntas de investigación establecidas en el documento Bases conceptuales y metodológicas para el diseño y la realización de estudios de caso...?

2.2. ¿El estudio que se propone se refiere en principio a un territorio con una estrategia de DTR-IC sectorial (basada principalmente en un producto) o integral (referida a una canasta de bienes y servicios)?

En ambos casos, especificar de qué bienes y servicios, o de qué producto se está hablando, y por cuáles motivos.

2.3. ¿Qué elementos relevantes se pueden adelantar como pistas de investigación respecto a las características principales de la estrategia de DTR-IC en relación con:

- Los objetivos de DTR-IC del territorio
- La incorporación y visualización de la IC en el territorio
- La valoración en el mercado
- Las determinantes de su acceso
- Los beneficios y su distribución

3. Aspectos metodológicos

Considerando que se espera realizar un estudio de caso durante aproximadamente seis meses hasta diciembre de 2006, describir de manera sintética y, al mismo tiempo, clara y rigurosa:

- 3.1. Un primer listado de información útil que se ha revisado para elaborar esta propuesta y que constituye un primer estado del arte referido al caso.
- 3.2. Los métodos a utilizarse en la recolección, el procesamiento y el análisis de la información, y la justificación de los mismos tomando en cuenta las Bases y las características del caso a estudiarse. Interesa también conocer a detalle el tipo y la intensidad del trabajo en terreno que se realizará.
- 3.3. Las formas de participación de los actores locales involucrados en la experiencia. En particular interesa conocer de qué manera se desarrollarán los momentos de consulta, diálogo y socialización de la información.

4. Productos previstos

- 4.1. Artículo
- 4.2. Producto ad hoc (si bien el producto final será definido mejor con los actores locales, dar una idea de qué tipo de producto se podrá tratar, también para costearlo adecuadamente en el presupuesto)

B. ASPECTOS INSTITUCIONALES

1. Información básica de la institución principal

- Nombre completo y acrónimo de la institución que será la responsable principal para el estudio de caso
- Nombre y cargo de la persona de contacto
- Dirección postal
- Números de teléfono y fax (incluyendo los códigos del país y la ciudad)
- Correo electrónico
- Página Web (si está disponible)

2. Información básica de otras instituciones que participarán en el estudio

Para cada una de ellas (si son más de una):

- Nombre completo y acrónimo de la institución que será la responsable principal para el estudio de caso
- Nombre y cargo de la persona de contacto
- Dirección postal
- Números de teléfono y fax (incluyendo los códigos del país y la ciudad)
- Correo electrónico
- Página Web (si está disponible)
- Las funciones que cumplirá en la realización del estudio de caso

Describir los contactos establecidos con los actores locales, en particular organizaciones y comunidades rurales, representaciones de pueblos indígenas y otras entidades de esta naturaleza, y demostrar su deseo de cooperación en este estudio.

3. Experiencia y capacidad de la institución principal para conducir y realizar el estudio de caso

- Principales áreas temáticas y líneas de acción
- Programas, proyectos y actividades más importantes que se han desarrollado en los últimos años en relación a la temática de DTR-IC y a la investigación en general
- Publicaciones
- Recursos humanos disponibles
- Principales redes a las que pertenecen y relaciones con organizaciones del sector público y privado, así como de la sociedad civil

4. Coordinador del proyecto y miembros del equipo

- Perfil resumido del coordinador y cada miembro del equipo
- Por favor, adjuntar el Curriculum vitae de cada uno

5. Presupuesto en USD

Descripción y costeo de los ítems presupuestarios necesarios a la realización del estudio de caso (Recursos humanos; Gastos directos de operación – teléfono, material; Gastos de viaje y trabajo en terreno – especificando las actividades de éste último; Elaboración de producto ad hoc y su difusión), diferenciados entre:

- Los recursos requeridos a Rimisp
- Los recursos de contrapartida (recursos propios de la institución principal)
- Los recursos de cofinanciamiento (contribuciones de instancias diferentes de la institución principal).

ANEXO 2

Cronograma

En el marco de los hitos señalados en la sección 2.2, el cronograma referencial para la realización de los estudios de caso será el siguiente:

Período	Actividad
Junio 2006	➤ Contacto con los postulantes e interlocutores para los estudios de caso
Junio 2006	➤ Organización de la información y estructuración de los equipos de los estudios de caso. En los casos más incipientes, elaboración del segundo perfil
Hasta el 22 de junio 2006	➤ Elaboración de las Bases analíticas/conceptuales y metodológicas para el diseño y la realización de los estudios de caso (Coordinación del proyecto e integrantes del Equipo Directivo)
Hasta el 26 de junio 2006	➤ Envío de las Bases a los postulantes e interlocutores de los estudios de caso
Hasta el 9 de julio 2006	➤ Recepción de propuestas finales de los postulantes de los estudios de caso de acuerdo con las Bases
Hasta el 16 de julio 2006	➤ Análisis de la Coordinación y el Equipo Directivo del Proyecto de las propuestas presentadas
Desde el 17 de julio 2006	➤ Comienzo de la realización de los estudios de caso (revisión del estado del arte y preparación del trabajo en terreno)
Hasta el 31 de julio 2006	➤ Firma de convenio inter-institucional y, en los casos en los que corresponda, del contrato con Rimisp
Agosto – septiembre 2006	➤ Entrega revisión bibliográfica ➤ Realización estudios de caso (incluye un primer trabajo en terreno)
Primera quincena de octubre	➤ Continúa realización estudios de caso ➤ Mini diálogo electrónico para verificar avances y reiterar pautas comunes de análisis luego del primer trabajo en terreno
30 de octubre	➤ Entrega informes preliminares
Noviembre-diciembre 2006	➤ Posible Taller interno en uno de los lugares de los estudios de caso (con el caso más avanzado y en ocasión de un acto de dialogo con los actores locales presentando los resultados preliminares de la información) ➤ o segundo Mini dialogo ➤ o visita de la Coordinadora del proyecto o de algún integrante del Equipo Directivo
Entre el 31 de diciembre 2006 y el 31 de enero 2007 (dependiendo de la fecha de comienzo del estudio)	➤ Entrega del informe final
Enero – febrero 2006	➤ Revisión del informe final por parte de la Coordinación y Equipo Directivo en vista del producto final y su presentación pública ➤ Entrega de copia del producto ad hoc y de las evidencias de su difusión/uso local
Febrero – Marzo 2006	➤ Elaboración de la síntesis de la investigación
Marzo-Abril 2006	➤ Diversas iniciativas para difundir los resultados de los estudios de caso y, en general, de la investigación de conjunto y el proyecto. Estas iniciativas – en las que es posible que se realice un Taller final con la participación de los coordinadores de los estudios y quizás de algún joven investigador local – serán definidas más adelante, también en base a la calidad de los resultados de cada estudio.