

Resúmenes - Abstracts

La identidad cultural del territorio como base de estrategia de desarrollo sostenibles

MURILO FLORES

En este artículo Flores presenta el debate actual sobre las nociones y conceptos que conducen a un territorio con identidad cultural, y cómo se establecen políticas o acciones de desarrollo en este tipo de territorio, y de valorización de los productos y servicios. Se presenta un conjunto significativo de autores y se establecen las relaciones entre estrategias de desarrollo con identidad cultural y la sostenibilidad de este proceso de desarrollo, considerando aspectos económicos, sociales, ecológicos, culturales y políticos. El artículo da cuenta de la base teórica relativa a la construcción social del territorio y de su identidad. Se discute cómo se procesa la valorización de los productos locales en ese contexto, para luego presentar una propuesta de desarrollo territorial en una perspectiva de ecodesarrollo. Igualmente, se presentan algunos aspectos institucionales sobre los modos de gobernanza y los distintos tipos de políticas. Por último, se enfatiza la importancia del proceso participativo de construcción del desarrollo territorial.

Palabras clave

Participación, construcción social, valoración productos, marketing.

Abstract

In this article, Flores presents the current debate on the notions and concepts that lead to a territory with cultural identity, and how development policies or actions are established in this kind of territory, as well as of the valorisation of products and services. A significant group of authors is presented, and the relationships are established between development strategies with cultural identity and the sustainability of this development process, considering economic, social, ecological, cultural and political aspects. The article deals with the theoretical basis regarding the social construction of territory and of its identity. He discusses how the valorisation of the local products is processed in this context, in order to then present a proposal of territorial development with a perspective of eco-development. Equally, some institutional aspects are presented on the ways of governing and the different types of policies. Lastly, the importance of the participatory process of the construction of territorial development is emphasised.

Key words

participation, social construction, product valorisation, marketing.

La identidad como elemento dinamizador de la economía territorial

EDUARDO RAMÍREZ

Uno de los ejes de las políticas de superación de la pobreza se centra en la existencia de productos o servicios con identidad territorial que vinculan territorios con mercados. Ramírez introduce el análisis de la economía basada en la identidad, en la teoría económica *mainstream*, empleando las categorías analíticas de demanda y oferta en el contexto de la economía de mercado. El autor concibe la identidad del territorio como elemento adicional de la heterogeneidad de bienes y servicios que el consumidor valora por la utilidad que prestan. Por el lado de la oferta, los productores deben enfrentar costos para asegurarse de la valorización de los atributos ligados a la identidad cultural. Los procesos de adaptación a las nuevas exigencias de la producción requieren inversiones en capital físico, humano, social y natural. De este modo, los productores se orientan hacia una estrategia de valorización de la identidad cultural sólo cuando los beneficios esperados superan los costos de las inversiones necesarias para consolidar tal identidad.

Palabras clave

Marketing, productos, demanda, cultura, oferta.

Abstract

One of the axes of the policies to overcome poverty is centred on the existence of products or services with territorial identity that links territories with markets. Ramírez introduces the analysis of the economy based on identity, on the economic theory mainstream, employing the analytical categories of supply and demand in the context of the market economy. The author conceives territorial identity as an additional element to the heterogeneity of goods and services that the consumer values for the utility that they lend. On the side of the supply, the producers must face costs to be sure of the valorisation of the attributes tied to the cultural identity. The processes of adaptation to the new production demands require investments in physical, human, social and natural capital. In this way, the producers are guided towards a strategy of valorising the cultural identity only when the expected benefits outweigh the investment costs necessary to consolidate this identity.

Key words

marketing, products, demand, culture, supply.

Identidad cultural: un concepto que evoluciona

OLGA LUCÍA MOLANO L.

Molano aporta a la discusión sobre desarrollo territorial con identidad cultural, a través de un breve recorrido sobre la evolución de los conceptos de cultura, identidad y patrimonio. El tema es tratado desde varios aspectos: el económico, el humano y el patrimonial. El concepto de identidad cultural se comprende a través de las definiciones de cultura y de su evolución en el tiempo. A través de términos como cultura, patrimonio y su relación con el territorio se encontrará el de identidad territorial. Finalmente, Molano aborda la normatividad internacional que se aplica para diferentes tipos de patrimonio, en particular la desarrollada por la UNESCO.

Palabras clave

Cultura, marketing, desarrollo territorial, patrimonio.

Abstract

Molano contributes to the discussion on territorial development with cultural identity through a brief trip through the evolution of the concepts of culture, identity and patrimony. The matter is dealt with from several aspects: the economic, the human and the patrimonial. The concept of cultural identity is understood through the definitions of culture and its

evolution over time. Through terms such as culture, patrimony and their relation with the territory, that of territorial identity shall be found. Finally, Molano deals with the norms applied for different types of patrimony, in particular that developed by UNESCO.

Key words

culture, marketing, territorial development, patrimony.

Dinámicas de conocimiento, identidad territorial, y desarrollo rural sustentable en la unión europea

KARL BRUCKMEIER Y HILARY TOVEY

Bruckmeier y Tovey presentan los resultados de un proyecto de investigación llamado CORASON o “Enfoque Cognitivo para el Desarrollo Rural Sustentable”, que se llevó a cabo entre el 2004–2006. En CORASON equipos de investigación de 12 países analizaron proyectos y programas de desarrollo sostenible a través de estudios de caso. A partir de los resultados de la investigación, se discuten las interconexiones, entre los conocimientos locales, la identidad territorial, y las políticas para el desarrollo sostenible en áreas rurales de Europa. La construcción de la identidad territorial no es algo sustantivo y específico, sino es algo generado y arraigado a través del uso del conocimiento y los recursos locales. Por un lado, el conocimiento tácito permite construir la “identidad territorial”, o sea

un sentido cultural compartido entre las personas que viven en un mismo lugar e interactúan cotidianamente. Por otro lado, el conocimiento técnico local permite construir “la identidad del lugar” como una visión compartida de las características naturales y materiales de un sitio particular y de como éstas entran en relación con las personas y las necesidades de vida. Así, la identidad local, se construye mediante un conjunto de prácticas sociales y prácticas materiales situadas localmente.

Palabras clave

Marketing, corason, desarrollo sostenible.

Abstract

Bruckmeier and Tovey present the results of a research project called CORASON or “Enfoque Cognitivo para el Desarrollo Rural Sustentable” (Cognitive Focus for Sustainable Rural Development), carried out between 2004 and 2006. In CORASON, research teams from 12 countries analysed sustainable development projects and programmes through case studies. Based on the research results is a discussion on the interconnections between local knowledge, territorial identity and the policies for sustainable development in rural areas of Europe. The construction of territorial identity is not something fundamental and specific, but rather something generated and deeply-rooted through the use of local knowledge and resources. On

one hand, tacit knowledge allows the construction of the “territorial identity”, or rather a sense of culture shared among the people who live in the same place and interact daily. On the other hand, technical knowledge allows the construction of “identity of the place” as a shared vision of the natural and material characteristics of a particular place and of how these enter into a relation with the people and life’s needs. In this way, local identity is built through a group of locally-situated social and material practices.

Key words

marketing, corason, sustainable development.

Valorización de la identidad territorial, políticas públicas y estrategias de desarrollo territorial en los países de la comunidad andina

DAVID SOTO URIBE
JENNYFFER VARGAS

Los autores abordan el tema del desarrollo territorial en América Latina y en los países de la Comunidad Andina, con especial énfasis en Colombia, donde se analizan algunas iniciativas a partir de productos y servicios con identidad cultural. Soto y Vargas contextualizan la experiencia latinoamericana a partir de los modelos de desarrollo que han inspirado las políticas públicas de la región en las últimas décadas; así como la orientación de las políticas

públicas que se han puesto en marcha para la valorización de la identidad territorial como base del desarrollo en los países de la Comunidad Andina. De igual manera, los autores presentan algunas experiencias relacionadas con el desarrollo desde la vertiente de la identidad cultural. El análisis se orienta en dos direcciones: de una parte, se ponen en evidencian casos en estudio en donde el desarrollo territorial se promueve a partir de productos con identidad; y de otra, se estudian iniciativas en las cuales son los servicios los que crean dinámicas de desarrollo territorial. En ambos casos se identifican los principales actores e instituciones involucradas, las condiciones que rodean el surgimiento de las iniciativas y las características más sobresalientes de las estrategias y mecanismos implementados.

Palabras clave

Identidad territorial, desarrollo territorial, Comunidad Andina.

Abstract

The authors deal with the subject of territorial development in Latin America and in the countries of the Andean Community, with special emphasis on Colombia, where some initiatives are analysed based on products and services with cultural identity. Soto and Vargas contextualise the Latin American experience based on the development models that have inspired the region's public policies over re-

cent decades; as well as the orientation of the public policies that have been put into action for the valorisation of territorial identity as the basis for development in the countries of the Andean Community. Similarly, the authors present some experiences related with development from the aspect of cultural identity. The analysis heads in two directions: on one hand, it shows study cases where territorial development is promoted, based on products with identity; and on the other, initiatives are studied in which the services are those that create dynamics of territorial development. In both cases, the main actors and institutions involved are identified, as well as the conditions that surround the emergence of the initiatives and the most significant characteristics of the strategies and mechanisms implemented.

Key words

Territorial identity, territorial development, Andean Community.

Valorización de la identidad territorial, políticas públicas y estrategias de desarrollo territorial en los países del mercosur

ANDREA BENEDETTO

Benedetto presenta una aproximación a los procesos de desarrollo territorial que están cobrando impulso en los países del Mercado Común del Sur (MERCOSUR). Retoma las grandes etapas históricas por las que ha transitado el agro en los países

de América Latina en general y el MERCOSUR en particular. Luego, se revisan los rasgos centrales que tienen las actuales políticas rurales de los países miembros de MERCOSUR, en especial su manejo de las marcas y denominaciones de origen. No existe una política común de desarrollo rural; las políticas agrícolas nacionales son sólo sectoriales y se orientan a promover la productividad y la competitividad comprimiendo costos, por encima de la valorización de la calidad. Sin embargo, en la última década, se está rescatando no sólo el entorno geográfico característico del medio rural, sino también se valorizan las formas de vida, alimentos, bienes y servicios, resultado de la identidad cultural de las poblaciones. Por último, se presentan dos iniciativas de valorización de la identidad cultural rural en Argentina: los Caminos de Altamira - San Carlos, Mendoza y El Vino de la Costa - Berisso, Buenos Aires.

Palabras clave

Cono Sur, cultura, marketing, desarrollo rural.

Abstract

Benedetto presents an approximation of the territorial development processes being implemented in the Southern Cone Common Market countries (MERCOSUR). She looks at the principal historical stages agriculture has passed through in Latin American countries in general, and in the MERCOSUR countries in particular.

She then reviews the central issues in the current rural policies of the MERCOSUR member countries, especially regarding their management of trade marks and designation of origin. There is no common policy on rural development. National agricultural policies are developed by sector only and are directed at promoting productivity and competition by reducing costs instead of valuing quality. However, in the past decade, not only rural geographic characteristics are being reevaluated, but also the valorization of lifestyles, food, goods and services, resulting in the cultural identity of the local populations. Finally, two initiatives for valuing rural cultural identity in Argentina are presented: Los Caminos de Altamira - San Carlos and Mendoza, and El Vino de la Costa - Berisso, Buenos Aires.

Key words

Southern Cone, Culture, Marketing, Rural Development.

Políticas rurales de la unión europea y proyectos territoriales de identidad cultural

ELENA SARACENO

El artículo ilustra las recientes transformaciones en las áreas rurales europeas, como preámbulo a su análisis de las políticas que acompañan tales cambios y a la reflexión sobre las enseñanzas de la experiencia europea para América Latina.

Sin embargo, a partir de los 80 del siglo XX, el enfoque sectorial de las política agrícola de la Unión Europea resultó insuficiente. Se empezó un proceso de transformación que llevó a establecer una nueva política de desarrollo rural con un enfoque territorial, como ‘segundo pilar’ de la políticas agrícolas. En este nuevo enfoque se inscribe la iniciativa innovadora Leader, que ha contribuido a generar una dinámica endógena positiva en las zonas rurales y ha despertado el mayor interés fuera de Europa, tanto en los organismos internacionales como en algunos países en vías de desarrollo. Se abordan las políticas agrarias europeas (PAC) y su evolución; y en particular la iniciativa Leader. Se tratan además algunos casos de estudio en que la identidad ha jugado un rol importante. Por último, se hacen algunas reflexiones sobre la utilidad de las experiencias europeas en América Latina.

Palabras clave

Iniciativa Leader, identidad cultural.

Abstract

This article illustrates recent transformations in European rural policies as a preamble to the analysis of the policies that accompany these changes, and offers a reflection on the lessons from these experiences for Latin America. However, from the 1980s onwards, the sectoral focus of European Union agricultural policies was

insufficient. A transformation process was started which brought about a new rural development policy with a territorial focus as a ‘second pillar’ of the agricultural policies. This new focus, called the innovative Leader initiative, has contributed to generating a positive endogenous dynamic in rural zones and has stimulated the main interest outside Europe, in international organization as well as in some developing countries. The article examines European agrarian policies (PAC) and their evolution, in particular the Leader initiative. It deals some case studies in which identity has played an important role. Lastly, it takes into account some reflections on the usefulness of the European experiences in Latin America.

Key Words

Leader initiative, Cultural Identity.

Productos típicos, estrategias de desarrollo rural y conocimiento local

TERESA ACAMPORA Y MARIA FONTE

En el contexto de la crisis de los modelos alimentarios en el siglo XXI, las producciones agroalimentarias están en un período de redescubrimiento. Las autoras analizan las principales estrategias que tienen los actores locales para perseguir la valorización de los recursos locales con identidad territorial; para luego ahondar en las políticas de diferenciación de los productos con marcas colectivas certifi-

casas. Finalmente, se ponen en evidencia las relaciones entre productos típicos, conservación de la agrobiodiversidad y conocimientos locales. Aquí se articula el debate sobre valorización de los productos típicos con el debate internacional sobre el conocimiento tradicional y el folclor, que se ha generado a partir de la preocupación internacional sobre la erosión de la biodiversidad y los conocimientos locales.

Palabras clave

Cultura, conocimiento tradicional, producciones agroalimentarias.

Abstract

In the context of the crisis of the food models in the 21st century, agro-food productions are in the period of rediscovery. The authors analyze the principal strategies the local actors have in order to pursue the valorization of local resources with territorial identity, and then get more involved in the differentiation policies of the products with collective certified trade marks. Finally, the article shows the relation between agrobiodiversity conservation and local knowledge. The debate is focused on the valorization of typical products with the international debate on traditional knowledge and folklore which has been generated as a result of international concerns about the erosion of biodiversity and local knowledge.

Key Words

Culture, traditional knowledge, agricultural production.

La valorización de la identidad cultural como base del desarrollo rural: el caso de la Calabria griega y el festival paleariza

VIVIANA SACCO

La autora presenta una iniciativa de valorización de la identidad cultural en la Calabria Griega, en el sur de Italia, que lleva a definir un nuevo modelo de valorización de los recursos locales y un nuevo modelo de desarrollo rural. El redescubrimiento de la identidad griega de Calabria, iniciado en los años 60 por un grupo de intelectuales locales, ha representado un horizonte de referencia e inspiración para el Festival de Música Étnica Paleariza que se realiza desde el 1997 y se ha vuelto en el tiempo una ocasión de desarrollo territorial local, no sólo en términos económicos, sino también sociales y culturales. Se analizan los factores clave que han caracterizado el proceso de desarrollo territorial con identidad cultural experimentado por el área griega de Calabria. Luego, se analiza como la organización del festival ayuda a consolidar algunas iniciativas territoriales. Finalmente, se analizan los factores clave que han caracterizado el proceso de desarrollo territorial con identidad cultural vivido por el área griega de Calabria.

Palabras clave

Cultura, desarrollo territorial, desarrollo

local.

Abstract

The author presents a valorization of cultural identity in the initiative of the Calabria Graeca region in southern Italy, which has defined a new model of cultural identity valorization of local resources and a new model of rural development. The rediscovery of the Greek identity of Calabria, initiated in the 1960s by a group of local intellectuals, has represented a reference point and an inspiration for the Festival of Ethnic Music in Palariza since 1997. It has become in time an occasion for local territorial development, not only in economic terms, but also in social and cultural terms. The article analyses the key factors that have characterized the process of territorial development with cultural development, as experienced by the Greek area of Calabria. The article also analyses how the organization of the festival helps consolidate some territorial initiatives. Finally, key factors that are characteristic of the process of territorial development with cultural identity, as they have been experienced by the Greek area of Calabria, are examined.

Key Words

Culture, Territorial Development, Local, Development.

