



Organización de Estados Iberoamericanos
Para la Educación, la Ciencia y la Cultura



Años aportando al progreso

Vínculos, nexos y dependencias del territorio con lo cultural, lo creativo y lo funcional.



Hacia un enfoque territorial



- ❑ Las industrias culturales nacen en su mayoría ancladas a un territorio, se identifican con el contexto que las ve desarrollarse,
- ❑ Los procesos territoriales las definen de manera importante
- ❑ El idioma, Los sabores, los colores, Las músicas, la moda, ritmos, diseños, accesorios, etc,
- ❑ El contexto y la cultura de la sangre ayudan a la economía creativa a definir su identidad frente a los procesos de globalización. Incluso en lo digital.

Pese a todo esto Crecen con la vocación de internacionalizar sus productos.


La sostenibilidad de las economías creativas radica en gran medida en la ruptura de fronteras. La creación de nuevos límites y la construcción de territorios diferentes a aquellos en los que nacieron.

Artesanías. Gastronomía, Museos locales, Fiestas y Carnavales. Turismo Cultural. Turismo ambiental. Patrimonio Inmaterial. Archivos regionales. Casas de la cultura. Patrimonio Material. Diseño, moda, medios locales. Literaturas y narrativas territoriales. Espacios arqueológicos, documentales, medicinas alternativas, cosméticas basadas en tradiciones y plantas medicinales. Pinturas, tintes, coloraciones. Materias primas... etc, etc.

Esta vocación por internacionalizar, por romper fronteras, genera una deslocalización cultural en la que los impulsos locales, se mezclan generando más que un mestizaje una hibridación que a veces domestica los repertorios locales y otras los excita hasta la exageración.

El territorio imprime carácter, se convierte en una de las riquezas de la construcción simbólica.

Por ello las IC tienen que cuidar el territorio como fuente de inspiración, construcción y difusión de lo que sale de él. Las obligaciones de las IC con el contexto son todas aquellas que contribuyen a su desarrollo y expansión, cuanto mas cuidemos el territorio, cuanto más seamos capaces de preservar sus señas de identidad, su diversidad cultural, más posibilidades nos brindará de generar productos que sean interesantes para los mercados de la cultura en el mundo.



Lo que las economías creativas
toman del territorio...
Deben aprender a devolverlo al territorio.
Para ello deben contribuir a:

Mejorar la educación para la creatividad en los territorios. Fortalecer una educación artística con elementos locales, recuperar tradiciones, y modernizar las tradiciones para hacerlas atractivas a los jóvenes.

Formar públicos capaces de demandar cada vez más calidad, mejores productos, con mejores empaques, presentaciones, acabados, esto construye capacidades críticas y solo de una buena crítica obtenemos una mejora de la producción cultural.

Construir mecanismos para la sostenibilidad ambiental. La elaboración de materiales va cada vez más ligada a los procesos de sostenibilidad ambiental, lograr medidas de protección ambiental, en las que toda la comunidad esté involucrada y se conviertan en sellos imprescindibles de calidad.

Del mismo modo los entornos naturales preservados son garantía de nuevas presencias y turismo respetuoso con el ambiente.

Destrozar el ambiente por conseguir “clientes” es lo peor que podemos hacer con los territorios.

Promover mecanismos de comunicación territoriales. Los municipios, las regiones quieren saber que hacen sus vecinos, y mucho del turismo nacional que se mueve lo hace por conocer las ofertas culturales de los que están cerca.

Al tiempo gusta ver como el vecino nos conoce sabe de nosotros, eso nos motiva a saber de ellos.

Fomentar la equidad en la participación. Son industrias que tienen un alto porcentaje de igualdad laboral, entre hombres y mujeres, pero también en rangos etarios dispersos, ya que necesitan muchas veces ocupar personas mayores, por ser en ellas en las que radica el conocimiento y la tradición. Fomentan también los contratos con personas discapacitadas, facilitando con estos procesos su integración social.

Evitar el abandono juvenil de las zonas rurales. A partir del diseño de las casas de la cultura para los desarrollos tecnológicos, los nuevos procesos de comunicación y la inserción a través de nuevas propuestas de ocio local con señas de identidad, que pueden y deben aprender a incorporar las nuevas formas de estar juntos, del diseñar espacios compartidos.

Potenciar los mercados locales. Estimulando la circulación de productos de la región, del país y naturalmente del extranjero, construyendo nuevos modelos de mercados regionales. Si a todo lo anterior no le añadimos incentivos económicos no será atractivo. No podremos convencer de sus bondades. El comercio local no es igual que el comercio urbano. Inventar mercados nuevos para consumidores diferentes.

Estimular el encuentro en fiestas y carnavales. Lugares de encuentro de la comunidad, ricos y pobres, izquierdas y derechas, religiosos y agnósticos, comparten su alegría durante unos días, facilitando la rebaja de tensiones y logrando en muchos casos encuentros que proponen nuevos puntos de dialogo.

En la actualidad y en busca de apoyos económicos estas fiestas van siendo devoradas por productos comerciales, el alcohol el más buscado, hemos de recuperar el encuentro en torno a la cultura, baile, trajes, costumbres.

Lo comercial distancia, lo cultural acerca.

Estimular la autoestima y el reconocimiento de identidades compartidas. El rescate de las tradiciones y del patrimonio inmaterial recupera miradas sobre el pasado compartido que siembran nuevas formas de imaginar el futuro de manera más colaborativa y sintiéndose todos partes de un proyecto común.

OEI

1 9 4 9 - 2 0 1 9

Organización de Estados Iberoamericanos
Para la Educación, la Ciencia y la Cultura

¡GRACIAS!

70 Años aportando al progreso

