

# Οι Πολιτιστικές & Δημιουργικές Βιομηχανίες ως μοχλός ανάπτυξης & διαμόρφωσης ταυτότητας στην Κρήτη: Παραδείγματα & προοπτικές

της Ειρήνης Παπαδάκη



**Ειρήνη Παπαδάκη**

Επίκουρη Καθηγήτρια  
Επικοινωνία, διαμεσολάβηση & πολιτισμικές  
βιομηχανίες  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων & Τουρισμού,  
Σχολή Επιστημών Διοίκησης & Οικονομίας  
Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο

Email: [eirapadaki@hmu.gr](mailto:eirapadaki@hmu.gr)  
Τηλ.: 2810379647

Ο πολιτισμός αναγνωρίζεται εδώ και πολλά χρόνια στην Ελλάδα ως άξονας ανάπτυξης, σε άμεση σχέση με τον τουρισμό. Η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά της χώρας προβάλλεται ως ένα από τα τρία πιο ισχυρά κίνητρα για να την επισκεφθεί κάθε δυνητικός ταξιδιώτης, σε συνδυασμό με την ηλιοφάνεια και τις ακτές της. Ο πολιτισμός αναφέρεται συχνά ως υπόσχεση αυθεντικής εμπειρίας και στοιχείο διαφοροποίησης της Ελλάδας από άλλους προορισμούς. Οι αρχαιολογικοί χώροι, τα μουσεία, η γαστρονομία, αλλά και κάποιες από τις σύγχρονες πολιτιστικές παραγωγές, όπως φεστιβάλ και άλλες πολιτιστικές εκδηλώσεις κατέχουν σημαντικό ποσοστό ανάμεσα στα επικοινωνιακά μηνύματα στις διαφημιστικές καμπάνιες της Ελλάδας, όχι μόνο από τον επίσημο φορέα προβολής της χώρας στο εξωτερικό, τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (ΕΟΤ), αλλά και από τον Οργανισμό Προβολής Ελληνικού Πολιτισμού (Ο.Π.Ε.Π. ΑΕ) και τις περισσότερες περιφέρειες της χώρας. Η Ελλάδα αναγνωρίζεται διεθνώς ως πολιτιστικός προορισμός. Αυτό διαφαίνεται, ανάμεσα σε άλλα, και από τη βράβευση της Αθήνας από τα World Travel Awards ως Διεθνής Ηγετικός Πολιτιστικός Προορισμός για το 2022.

Ο τομέας «Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομη-

χανίες» (ΠΔΒ) περιλαμβάνει δύο διακριτές κατηγορίες, η καθεμία από τις οποίες συγκεντρώνει μια ευρεία γκάμα παραγωγικών κλάδων. Οι Πολιτιστικές Βιομηχανίες αφορούν σε μια ομάδα πολιτιστικών παραγωγών και διαδικασιών, φορέων και στελεχών, το σύνολο των οποίων επιφέρει αξία στην οικονομία μιας περιοχής. Σε αυτές τις πολιτιστικές παραγωγές ανήκουν οι εικαστικές και οι παραστατικές τέχνες, ο κινηματογράφος, οι εκδόσεις βιβλίων, οι τεχνολογίες δημιουργικού περιεχομένου -gaming-, η αρχιτεκτονική, το design, η διαφήμιση, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και κοινωνικής δικτύωσης, η φωτογραφία, οι βιβλιοθήκες και τα αρχεία, τα μουσεία και οι αρχαιολογικοί χώροι, η μουσική, αλλά και όλες οι μορφές πολιτισμικής κληρονομιάς, υλικής και άυλης. Λόγω της σύνδεσης με τον τουρισμό, στο ελληνικό συγκείμενο δίνεται έμφαση στην πολιτιστική κληρονομιά, τόσο σε επίπεδο πολιτικών για τον πολιτισμό και χρηματοδότησης, όσο και προβολής. Η σύνδεση του τουρισμού με την πολιτιστική κληρονομιά περιλαμβάνεται ως προτεραιότητα του Εθνικού Σχεδίου Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας και των ΠΕΠ. Φαίνεται ότι οι επενδύσεις στον τομέα αυτό θα αυξηθούν, καθώς η πολιτιστική κληρονομιά θεωρείται ως ένα σημαντικό προϊόν για τον 21ο αιώνα και ως «βιομηχανία προστιθέμενης αξίας» (ΔιαΝΕΟσις, 2023). Στην Κρήτη οι χώροι αρχαιολογικού ενδιαφέροντος προτείνονται από όλους τους ταξιδιωτικούς οδηγούς -έντυπους και ψηφιακούς- ως αναπόσπαστο μέρος της τουριστικής εμπειρίας στο νησί και αποτυπώνονται πάντα από τις φωτογραφικές μηχανές και τα κινητά τηλέφωνα των επισκεπτών. Η φωτογραφία από τον αρχαιολογικό χώρο της Κνωσού, εκτός από στοιχείο διατήρησης της μνήμης ή σουβενίρ, λειτουργεί και ως τεκμήριο επίσκεψης στην Κρήτη, αφού η εικόνα με τους κόκκινους κίονες είναι ευρέως αναγνωρίσιμη παγκοσμίως. Συμπεριλαμβάνεται στην «παγκόσμια γλώσσα του ταξιδιού», για να χρησιμοποιήσουμε όρους του σημειολόγου Roland

Barthes.

Ο Πολιτιστικός και Δημιουργικός Τομέας (ΠΔΤ) περιλαμβάνει επίσης και τις Δημιουργικές Βιομηχανίες, δηλαδή τις παραγωγικές μονάδες που έχουν ως πυρήνα το ταλέντο, την ατομική δεξιοτεχνία και την ικανότητα για δημιουργία προϊόντων που δεν μπορούν να αντιγραφούν και μπορεί να οδηγήσουν σε ένα συγκριτικό οικονομικό πλεονέκτημα. Οι Δημιουργικές Βιομηχανίες καλύπτουν ένα ευρύτερο πεδίο από αυτό που καλύπτουν οι Πολιτιστικές Βιομηχανίες, συγκεντρώνοντας επιχειρήσεις από κλάδους χειροτεχνίας, όπως η κεραμική, η κλωστούφαντουργία, η αργυροχρυσοχοΐα, κλπ και σκιαγραφώντας μια νέα δυναμική στο πεδίο της πολιτιστικής παραγωγής. Τα όρια ανάμεσα στις Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες είναι ρευστά και ανασυντίθενται κάθε φορά, ανάλογα με το πλαίσιο μελέτης τους. Ο ΠΔΤ, πάντως, δεν εξαντλείται, ως αναπτυξιακή στρατηγική, ούτε στα πλαίσια του όρου «πολιτιστική κληρονομιά», ούτε στη συνέργειά του με την τουριστική βιομηχανία. Οι εικαστικές και παραστατικές τέχνες αποτελούν κλάδους απασχόλησης ανθρώπινου δυναμικού υψηλής εξειδίκευσης και φορείς μετάδοσης ιδεών, κοινωνικών μηνυμάτων και αξιακών συστημάτων. Στην Ευρώπη έχει ευρέως αναγνωριστεί η σημασία των Πολιτιστικών και Δημιουργικών Βιομηχανιών για την αναπτυξιακή προοπτική και την ανταγωνιστικότητα, δεδομένου ότι ο κλάδος παράγει συγκριτικό πλεονέκτημα, συμβάλλει στην τοπική ανάπτυξη και πρωτοπορεί σε καινοτόμες πρακτικές, ενώ παράλληλα ενισχύει την κοινωνική συνοχή, και καλλιεργεί το πολιτιστικό κεφάλαιο, διευκολύνοντας την πρόσβαση στην τέχνη και ενθαρρύνοντας τη συμμετοχή ντόπιων κατοίκων και επισκεπτών στην πολιτιστική δημιουργία.

Η Κρήτη, πέρα από την πολιτιστική της ιστορία, τη σημασία της ως ο τόπος όπου αναπτύχθηκε ο



Άποψη από ομαδική έκθεση σύγχρονης τέχνης του Επιμελητηρίου Εικαστικών Τεχνών Ελλάδος με τίτλο «Ισορροπία. Το Αμετάθετο Χρέος» στη Δημοτική Πινακοθήκη Ηρακλείου.

πρώτος προηγμένος πολιτισμός της Ευρώπης, έχει σήμερα ζώσα πολιτιστική παράδοση και παρουσιάζει ευρεία γκάμα σύγχρονων πολιτιστικών πρακτικών και δυναμικών δημιουργικών προτάσεων, οι οποίες επίσης προβάλλονται τόσο από τον ΕΟΤ, όσο και από την περιφέρεια, μέσα από την επικοινωνιακή καμπάνια “Incredible Crete”. Οι ΠΔΒ στην Κρήτη παρουσιάζονται, μέσα από αυτά τα μηνύματα, ως διαφοροποιητικά στοιχεία του νησιού, ως στοιχεία διαμόρφωσης της ταυτότητας του τόπου ή ισχυρές παράμετροι δημιουργικού “place-making”. Σε ό,τι αφορά στην επικοινωνία, φαίνεται ότι γίνεται μια προσπάθεια αναστροφής της ταύτισης του όρου «ελληνικός πολιτισμός» με την πολιτιστική κληρονομιά, ενώ έχει ξεκινήσει και η προβολή της σύγχρονης ελληνικής δημιουργίας και των σημερινών πολιτιστικών πρακτικών, πολλές από τις οποίες διατηρούν μια άμεση σύνδεση με μακραίωνες παραδοσιακές τεχνικές, αλλά ταυτόχρονα παραμένουν ανοικτές και άμεσα συνδεδεμένες με τις σύγχρονες επιταγές πολιτιστικής δημιουργίας. Αυτή είναι και η πρόκληση της σύγχρονης πολιτιστικής διαχείρισης στην Ελλάδα: η ανάγκη διεύρυνσης του όρου «πολιτισμός», ώστε αυτός να περιλαμβάνει όχι μόνο την τέχνη, την πολιτιστική και λαογραφική κληρονομιά και παράδοση, αλλά και τη χειροτεχνία και κάθε μορφής σύγχρονη δημιουργία που ενέχει τα χαρακτηριστικά της πρωτοτυπίας και της δημιουργικότητας, με κέντρο αναφοράς το ταλέντο και την ατομική δεξιότητα. Αναφορικά με το δίπολο πολιτισμός-τουρισμός, επιτακτική αποβαίνει η ανάγκη τοποθέτησης της

σύγχρονης δημιουργίας δίπλα στον κληροδοτημένο πολιτισμό, η ανάγκη θεώρησης του κλάδου όχι μόνο ως διαδικασία αναζήτησης, μελέτης, συντήρησης, ανάδειξης της πολιτιστικής κληρονομιάς και προσφοράς της προς την τουριστική ματιά, αλλά και ως δυναμική σύμπραξη, δημιουργία νέων πολιτιστικών μορφών και πρόσκληση σε δημιουργικές εμπειρίες, διαμορφωμένες τόσο για τους τουρίστες, όσο και για τους κατοίκους του τόπου.

Πολυάριθμα παραδείγματα δημιουργικού place making έχουν καταγραφεί στην Κρήτη: από τον Ημιμαραθώνιο Κρήτης στο Αρκαλοχώρι μέχρι τις γιορτές Ρόκας στα Χανιά και το μουσικό φεστιβάλ Matala Beach Festival, αλλά και πληθώρα άλλων πολιτιστικών δράσεων, ιδιαίτερα κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, με διοργανωτές την τοπική αυτοδιοίκηση, τοπικούς πολιτιστικούς συλλόγους και κοινότητες, αθλητικά σωματεία και την εκκλησία. Οι εμπειρίες που προσφέρονται στους επισκέπτες μέσα από αυτές τις δημιουργικές πρακτικές -στους χώρους πολιτιστικής κληρονομιάς, στις εκθέσεις τέχνης, στα πολιτιστικά φεστιβάλ, σε οργανισμούς όπως τα Μουσεία, μέσα από δημιουργικές επιχειρήσεις σε κλάδους χειροτεχνίας όπως η κεραμική ή/και η υφαντουργία, στα κρητικά πανηγύρια- αθροίζονται με τις εμπειρίες στα φυσικά τοπία και την παραδοσιακή αρχιτεκτονική των κρητικών χωριών και πόλεων και συν-σχηματίζουν τελικά την ταυτότητα του νησιού, το brand «Κρήτη».



Δημιουργικό place making στον Ημιμαραθώνιο Κρήτης, που διοργανώνεται κάθε Οκτώβριο στο Αρκαλοχώρι. Κρητική μουσική συνοδεύει τους δρομείς κατά τη διάρκεια του αγώνα, ενώ οι κυρίες του χωριού ετοιμάζουν παραδοσιακά κεράσματα που προσφέρονται τόσο στους θεατές, όσο και στους αθλητές μετά τη λήξη του αγώνα. Οι φωτογραφίες παραχωρήθηκαν ευγενικά από τους διοργανωτές του Ημιμαραθωνίου, τον Αθλητικό Σύλλογο Υγείας Αρκαλοχωρίου.



Η νέα έρευνα του μη κερδοσκοπικού οργανισμού ΔιαΝΕΟσις κατέδειξε τη στρατηγική σημασία των ΠΔΒ για πολλούς επιπλέον λόγους, όπως η ενίσχυση του κοινωνικού κεφαλαίου, οι στρατηγικές έξυπνης εξειδίκευσης, η ενίσχυση της περιφερειακής ανάπτυξης, η υγεία και η ευεξία, καθώς και η προώθηση της περιβαλλοντικής ενσυναίσθησης, ευαισθητοποίησης και ευθύνης σε ατομικό και συλλογικό επίπεδο. Η Δήλωση της Ρώμης από τους υπουργούς Πολιτισμού της G20 (2021) πρότεινε τη θεώρηση του ΠΔΤ ως μοχλού βιώσιμης ανάπτυξης, ενώ δόθηκε έμφαση στην προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς, την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής μέσω του πολιτισμού, την εκπαίδευση και κατάρτιση των εργαζομένων στον κλάδο, καθώς και την ψηφιακή μετάβαση για τον πολιτισμό. Η Νέα Ευρωπαϊκή Ατζέντα για τον Πολιτισμό προτρέπει τα κράτη-μέλη να αξιοποιήσουν τον πολιτισμό ως κινητήρια δύναμη για θέσεις εργασίας, οικονομική ανάπτυξη, κοινωνική δικαιοσύνη, πολιτική συμμετοχή, καθώς επίσης ως μέσο βίωσης της ευρωπαϊκής ταυτότητας με όλη της την ποικιλομορφία. Είναι γεγονός αδιαμφισβήτητο ότι οι ΠΔΒ δημιουργούν εισόδημα και απασχόληση για ένα μεγάλο αριθμό επαγγελματιών, προωθούν την καινοτομία και την επιχειρηματικότητα σε διάφορους τομείς, ενώ προτείνουν δημιουργικούς τρόπους αξιοποίησης των νέων και ψηφιακών τεχνολογιών. Πολλά ευρωπαϊκά προγράμματα χρηματοδοτούν έργα και δράσεις στον πολιτισμό (Creative Europe, Horizon Europe, Interreg, Erasmus +, κ.α.). Στην Ελλάδα, το Σχέδιο Ελλάδα 2.0 προσδιορίζει τον πολιτισμό ως κλάδο οικονομίας, σαφώς σε άμεση συνάρτηση με τον τουρισμό, αλλά και ανάμεσα σε τομείς όπως η μεταποίηση, ο αγροτικός τομέας και οι υποδομές και προτείνει την αξιοποίησή του ως κινητήριο μοχλό ανάπτυξης (επένδυση 2, άξονας 4.6). Η επένδυση αυτή συνεπάγεται οφέλη στην απασχόληση και την κοινωνική συνοχή, κυρίως σε περιφερειακό επίπεδο. Η σύγχρονη πολιτιστική δημιουργία, εκτός από την κινηματογραφική βιομηχανία, δυστυχώς δεν περιλαμβάνεται στο συγκεκριμένο σχέδιο, πέρα από τη σύνδεσή της με τον τουρισμό και την πολιτιστική κληρονομιά.

Σύμφωνα με τη Χαρτογράφηση των Πολιτιστικών και Δημιουργικών Βιομηχανιών στην Ελλάδα, που εκπονήθηκε από το Ινστιτούτο Περιφερειακής Ανάπτυξης του Παντείου Πανεπιστημίου για λογαριασμό του Υπουργείου Πολιτισμού και Αθλητισμού το 2016, η Περιφέρεια Αττικής φιλοξενεί το 57,3% των δημιουργικών επιχειρήσεων, η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας περιλαμβάνει το 13,5% των δημιουργικών επιχειρήσεων, ενώ οι υπόλοιπες 11 Περιφέρειες μοιράζονται το 29,1% των επιχειρήσεων. Υπάρχει όμως σοβαρό έλλειμμα γνώσης

και πληροφόρησης σχετικά με τις Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες που δραστηριοποιούνται στη χώρα. Αυτό το δεδομένο δυσκολεύει την κατανόηση των οικονομικών και παραγωγικών δομών του τομέα, καθώς ο τομέας αυτός έχει ιδιαιτερότητες και δεν προσομοιάζει με κανένα άλλο κλάδο επιχειρήσεων. Οι συνέργειες, επίσης, που παρατηρούνται μεταξύ τοπικών επιχειρήσεων, ή με πανεπιστημιακά ιδρύματα και ερευνητικά κέντρα, ακόμα και με φορείς εκπαίδευσης, χρειάζεται να καταγραφούν, να μελετηθούν και να συντονιστούν, ενδεχομένως, σε κεντρικό επίπεδο.

Στην Κρήτη η επιχειρηματικότητα στον ΠΔΤ είναι στις περισσότερες περιπτώσεις στενά συνδεδεμένη με τον τουρισμό. Πολλές πολιτιστικές βιομηχανίες και δημιουργικές επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στο νησί, από σημαντικά μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους ως πινακοθήκες και οργανισμούς παραστατικών τεχνών, εργαστήρια χειροτεχνημάτων και δημιουργικούς συνεταιρισμούς. Δραστηριοποιείται, όμως, ταυτόχρονα, ένας μεγάλος αριθμός ερασιτεχνικών ομάδων που ασχολούνται τόσο με την παράδοση, όσο και με τον σύγχρονο πολιτισμό, δίνοντας προστιθέμενη αξία σε ολόκληρες περιοχές, αναπτύσσοντας το κρητικό «κοινό του πολιτισμού», προσφέροντας πολιτιστικές εμπειρίες και ενδυναμώνοντας την κοινωνική ενσωμάτωση. Οι παρέες στα καφενεία που παίζουν λύρα και λαούτο, οι νοικοκυρές που προσφέρουν τοπικά εδέσματα στα διάφορα φεστιβάλ, τα παραδοσιακά χειροτεχνήματα -κεραμική, υφαντά- που εκτίθενται σε κάθε ευκαιρία, η κρητική ενδυμασία ή στοιχεία αυτής -τα σιβάνια ή το σαρίκι- που ακόμη τιμώνται από τους παλιούς κρητικούς, οι ερασιτεχνικές θεατρικές παραστάσεις, ακόμη και η διαμεσολάβηση της κρητικής ντοπιολαλιάς και κουλτούρας σε τηλεοπτικές εκπομπές και διαφημίσεις αποτελούν αδιαμφισβήτητα, εκτός από εργαλεία προσέλκυσης τουριστών, μοχλούς για την ανάπτυξη της ταυτότητας των πόλεων της περιφέρειας, αλλά και πρακτικές πολιτιστικής συνέχειας και παγίωσης του κρητικού πολιτιστικού κεφαλαίου.

Οι «δημιουργικοί άνθρωποι» της Κρήτης δραστηριοποιούνται σε όλο το φάσμα της πολιτιστικής παραγωγής, αλλά η έμφαση δίνεται στη σχέση πολιτισμού-τουρισμού, επομένως στις πολιτιστικές παραγωγές που δεν μπορούν να αναπαραχθούν με καμία άλλη παραγωγική διαδικασία σε καμία άλλη γεωγραφική περιοχή. Έτσι, η εστίαση δίνεται, αναπόφευκτα, στην πολιτιστική κληρονομιά και λαογραφική παράδοση, στη χειροτεχνία και στην κρητική μουσική. Το τρίπτυχο αυτό είναι, κατά τη γνώμη της γράφουσας, ο βασικός πυρήνας των ΠΔΒ στην Κρήτη που βρίσκονται σε άμεση συνάρτηση με την τουριστική βιομηχανία, οι πρώτες ύλες δημιουργίας των



Αριστερά: Μια παρέα νεαρών Κρητικών παίζει αυθόρμητα μουσική σε ταβέρνα στα Περιβόλια Χανίων (Βασίλης Κοκκαλάκης, Δημήτρης Στεφανίδης, Στέλιος Παπαδάκης, Νίκος Χριστουλάκης, Μιλτιάδης Μαντίνας).  
Δεξιά: Παραδοσιακή κρητική ενδυμασία και παραδοσιακοί χοροί μετά το τέλος του Ημιμαραθωνίου Κρήτης.

επικοινωνιακών μηνυμάτων προβολής της χώρας στο εξωτερικό. Η πολιτιστική κληρονομιά της Κρήτης δεν χρειάζεται επεξηγήσεις, συστάσεις ή τεκμηρίωση, καθώς είναι ευρέως προβεβλημένη και αναγνωρίσιμη σε παγκόσμιο επίπεδο. Έχει συμβάλει, επίσης, στην προσέλκυση της «τουριστικής ματιάς» και στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού στο νησί. Η χειροτεχνία είναι ένας δημιουργικός κλάδος που προτείνεται από πολλούς μελετητές σήμερα ως αναπτυξιακός άξονας δημιουργίας ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και προσέλκυσης επενδύσεων, αλλά και επισκεπτών. Η κρητική χειροτεχνία έχει μακρά ιστορία και μπορεί να προσφέρει «συμμετοχικές τουριστικές εμπειρίες» και να ενθαρρύνει τον δημιουργικό τουρισμό στο νησί. Η κρητική μουσική ανήκει στις λίγες περιπτώσεις ελληνικής παραδοσιακής μουσικής που παραμένουν ζώσες και δυναμικές, παρουσιάζοντας έντονη σύγχρονη δημιουργία. Σήμερα πολλοί νεαροί κρητικοί σχηματίζουν αυθόρμητες μουσικές ζυγίες σε κοινωνικές συναθροίσεις, ενώ άλλοι ακολουθούν χορεύοντας, αποτυπώνοντας την ευρεία συμμετοχή -έστω και ερασιτεχνική- της κρητικής κοινωνίας σε πολιτιστικές δραστηριότητες και την ένταξη πολιτιστικών πρακτικών σε όλες τις πτυχές της καθημερινής ζωής στο νησί.

Στο πλαίσιο αυτό, οι «δημιουργικές γειτονιές», οι γειτονιές δηλαδή όπου συγκεντρώνονται, φιλοξενούνται και δραστηριοποιούνται δημιουργικοί άνθρωποι, πολιτιστικές επιχειρήσεις και πρακτικές, θα μπορούσαν να αποτελέσουν χώρους ανάπτυξης πολιτιστικού κοινού, αλλά και χώρους κοινωνικής ενσωμάτωσης, εκπαίδευσης νέων δημιουργικών «εργατών», καθώς και διατήρησης επιχώριων δημιουργικών κωδικών και τεχνικών. Η συνοικία Σπλάντζια στην Παλιά Πόλη των Χανίων, όπου βρίσκονται τα εργαστήρια και καταστήματα κάποιων από τους παραδοσιακούς μαχαιροποιοούς των Χανίων,

είναι ένα τέτοιο παράδειγμα. Στην Κρήτη όμως παρατηρείται η ύπαρξη ολόκληρων «δημιουργικών χωριών», χωριών δηλαδή που παρουσιάζουν έντονη δραστηριότητα σε κάποιο δημιουργικό κλάδο, όπου οι κάτοικοι ασχολούνται σε τόσο μεγάλο ποσοστό με τον κλάδο αυτό, που το χωριό αποκτά μια συγκεκριμένη δημιουργική ταυτότητα. Τέτοια παραδείγματα μπορούν να θεωρηθούν τα «χωριά των αγγειοπλαστών» Θραψανό στο Ηράκλειο και Μαργαρίτες στο Ρέθυμνο, το χωριό Χουδέτσι, οι κάτοικοι του οποίου φημίζονται για την αγάπη τους για τη μουσική, το χωριό Αρχάνες, με την παραδοσιακή αρχιτεκτονική και τα πολύχρωμα σπίτια, κάποια χωριά στις ορεινές περιοχές του Ψηλορείτη, όπου εξακολουθούν να δημιουργούνται παραδοσιακά κρητικά υφαντά, κλπ.

Πολλά από τα επικοινωνιακά μηνύματα που διαμορφώνονται στο πλαίσιο προβολής της Κρήτης έχουν συμπεριλάβει αναφορές στο πολιτιστικό τρίπτυχο που αναφέρθηκε πιο πάνω, αλλά και στις ιδιαίτερες δημιουργικές τεχνικές που διατηρούνται στο νησί. Οι αυξημένες τάσεις εξωστρέφειας των δημιουργικών πρακτικών ενός δημοφιλούς τουριστικού προορισμού, όπως η Κρήτη, έχουν συνεισφέρει σε πολλές περιπτώσεις στην ενίσχυση της πολιτιστικής διπλωματίας για το νησί, αυξάνοντας τόσο την οικονομική αξία προϊόντων και υπηρεσιών, αλλά και τη συμβολική αξία του νησιού μέσω της προβολής των πολιτιστικών αυτών προϊόντων και υπηρεσιών στο εξωτερικό. Παραδείγματα όπως τα κεραμικά αγγεία από το Θραψανό που ταξιδεύουν, με σφραγίδα από την Κρήτη κι έχοντας ενταχθεί στο Εθνικό Ευρετήριο Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς, σε πολλές χώρες της Ευρώπης και της Αμερικής, τα κρητικά χειροτεχνήματα που παρουσιάζονται σε εκθέσεις στο εξωτερικό, οι διάφορες πτυχές των κρητικών πολιτιστικών παραδόσεων που αναδεικνύονται μέσα από τις selfies που ανεβάζουν οι



Πιθάρια από το Θρασανό Ηρακλείου και κεραμικά χρηστικά αντικείμενα από τις Μαργαρίτες Ρεθύμνου.  
Φωτογραφίες: Γιώργος Γουρνής, Χάρης Πλάκου

τουρίστες στους λογαριασμούς τους στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, η επισφράγιση της πόλης του Ηρακλείου στις Δημιουργικές Πόλεις της UNESCO, αλλά και η κρητική μουσική που ταξιδεύει μέσα από τις περιόδους των καλλιτεχνών δεν μπορούν παρά να αποτελούν καλές πρακτικές προώθησης των κρητικών πολιτιστικών παραγωγών και ενίσχυσης του κρητικού πολιτιστικού brand. Η επικοινωνιακή καμπάνια της περιφέρειας Κρήτης "Incredible Crete" έρχεται να προστεθεί στις καλές πρακτικές εξωστρέφειας, όπως και το ψηφιακό κανάλι Heraklion Arts and Culture του Δήμου Ηρακλείου στο YouTube που προσφέρει πρωτότυπο ψηφιακό και υβριδικό πολιτιστικό περιεχόμενο on demand σε ένα ευρύ παγκόσμιο κοινό.

Σαφώς όμως, η πολιτιστική αγορά στην Κρήτη θα μπορούσε να επεκταθεί, η τεχνογνωσία να αυξηθεί, να ενισχυθεί στο σύνολό του το κρητικό δημιουργικό οικοσύστημα. Με ποιο τρόπο θα μπορούσε να γίνει αυτό; Η δημιουργία ενός υποστηρικτικού πλαισίου από την πολιτεία, η σύνδεση με την επιχειρηματική δραστηριότητα της Κρήτης, η δημιουργία ίσως πολιτιστικών clusters, η διευκόλυνση πρόσβασης σε διευρυμένες πηγές χρηματοδότησης και η δημιουργία υποδομών όπου θα μπορούσαν να παρουσιάζονται μόνιμες και περιοδικές εκθέσεις έργων τέχνης αποτελούν κάποιες από τις στρατηγικές επεμβάσεις που θα μπορούσαν να δώσουν ακόμη μεγαλύτερη ενίσχυση στην κρητική δημιουργικότητα ώστε να αναδειχθεί, στην πλήρη της διάσταση, η δημιουργική πλευρά της Κρήτης.

Η αξιοποίηση των δημιουργικών πρακτικών κάθε περιοχής και η επένδυση σε τοπικά χαρακτηριστικά είναι το πρώτο βήμα για τη διατύπωση μιας στρατηγικής πρότασης για τη σύνδεση της περιοχής αυτής με την δημιουργική οικονομία, τον τουρισμό και την προσέλκυση επενδύσεων. Χρειάζεται, όμως, το κατάλληλο υποστηρικτικό περιβάλλον για να αναδειχθεί η πολιτιστική ζωντάνια του τόπου και να θεωρηθεί ο πολιτισμός ως κλάδος ανάπτυξης ισοδύναμος με άλλους κλάδους. Λόγω της ιδιαιτερότητας του τομέα, οι συνέργειες αποβαίνουν σε πολλές περιπτώ-

σεις σωτήριες, ίσως και αναγκαίες, όχι μόνο για την ανάδειξη και επέκταση των δημιουργικών πρακτικών της περιοχής, αλλά κάποιες φορές ακόμη και της βιωσιμότητάς τους. Η δημιουργία, ενίσχυση και ενθάρρυνση δικτύων, η σύνδεση της περιφέρειας με το κέντρο, των χωριών της Κρήτης με τα αστικά κέντρα, αλλά και μεταξύ τους, οι συνεργασίες μεταξύ όλων των δρώντων σε συγκεκριμένους πολιτιστικούς και δημιουργικούς τομείς ή σε συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή, ανάλογα με το πλαίσιο και τη στόχευση της εκάστοτε δράσης, η διασύνδεση της πολιτιστικής κληρονομιάς με τη σύγχρονη δημιουργία και γενικά κάθε μορφής και μεγέθους σύμπραξη, δημιουργική αλληλόδραση και συμπόρευση μόνο οφέλη μπορεί να έχει για το συνολικό πολιτιστικό οικοσύστημα της Κρήτης. Ιδιαίτερα τα πολιτιστικά clusters, οι επιχειρηματικοί, δηλαδή, συνεργατικοί μηχανισμοί, που αποτυπώνουν διάφορες μορφές συνεργασίας μεταξύ πολιτιστικών επιχειρήσεων και άλλων φορέων, θα μπορούσαν να αποβούν ιδιαίτερα κερδοφόρα, τόσο σε επίπεδο πολιτιστικής παραγωγής και επικοινωνιακής προβολής, αλλά και σε ζητήματα επίτευξης οικονομικών κλίμακας, πρόσβασης σε πόρους, βελτίωσης της λειτουργίας και αύξησης της ανταγωνιστικότητας, καθώς και οικολογικής ενσυναίσθησης και βιωσιμότητας. Διαδρομές σύνδεσης των φορέων ή/και επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε έναν συγκεκριμένο δημιουργικό κλάδο, με στόχο την προσφορά «αυθεντικών» εμπειριών στον τόπο είναι μόνο ένα παράδειγμα δημιουργικής σύμπραξης ανάμεσα σε φορείς τουρισμού, πολιτισμού και την τοπική αυτοδιοίκηση. Άλλα παραδείγματα συνεργασιών θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν: διαβαλκανικά ή ευρωπαϊκά συμπόσια τέχνης στο νησί, παρουσίαση κρητικών πολιτιστικών προϊόντων κατά τη διάρκεια διαφοροποιημένων ή/και διαθεματικών πολιτιστικών δράσεων, όπως εκθέσεις κρητικών χειροτεχνημάτων σε τοπικά φεστιβάλ, η δυνατότητα παροχής δωρεάν διαμονής καλλιτεχνών ίδιου ή άλλου δημιουργικού τομέα σε περιοχές με συγκεκριμένη δημιουργική στόχευση με σκοπό την ανταλλαγή γνώσης σε επίπεδο τεχνοτροπιών ή/και τεχνολογίας, η παρουσία τοπικών πολιτιστικών προϊόντων ή ακό-

μη και φορέων σε διεθνείς εκθέσεις και συναντήσεις, κλπ. Σε μια περίοδο που παρατηρείται αύξηση στον αριθμό των διεθνών κινηματογραφικών παραγωγών που υλοποιούνται στην Ελλάδα και ο ελληνικός κινηματογράφος έχει δημιουργήσει γόνιμες προσδοκίες και θετικούς συνειρμούς για τη χώρα, με αφορμή τις διεθνείς διακρίσεις Ελλήνων σκηνοθετών, όπως ο Γιώργος Λάνθιμος, η παροχή κινήτρων για κινηματογραφικές συμπαραγωγές και στην Κρήτη, με στόχο την ενίσχυση των τοπικών αφηγημάτων θα ήταν επίσης μια καλή πρόταση.

Το πιο σημαντικό πρόβλημα που ανακύπτει σε κάθε συζήτηση για τον ΠΔΤ στην Κρήτη είναι η έλλειψη χαρτογράφησης των Πολιτιστικών και Δημιουργικών Βιομηχανιών στο νησί, που συνεπάγεται έλλειψη πληροφόρησης, αλλά και αδυναμία συντονισμού από κάποιο κεντρικό φορέα. Παρόλο που ο κάθε πολιτιστικός/δημιουργικός κλάδος χρειάζεται διαφορετικής φύσης πολιτικές, η δημιουργία μιας βάσης δεδομένων για το συνολικό πολιτιστικό και δημιουργικό τοπίο στην Κρήτη θα μπορούσε να προσφέρει έγκυρη γνώση, δυνατότητα σχεδιασμού πολιτιστικής πολιτικής για το σύνολο της περιφέρειας, καθώς και δυνατότητα συντονισμού των διαφόρων πολιτιστικών δράσεων, από φεστιβάλ ως δημιουργικές επιχειρήσεις και συνεταιρισμούς. Μέσα από μια καταγραφή των ενεργών ΠΔΒ στο νησί θα μπορούσαν να εντοπιστούν οι τομείς αιχμής και να διαμορφωθεί ένα ισχυρό υποστηρικτικό πλαίσιο για την ανάδειξή τους.

Είναι επίσης αναγκαία η δημιουργία υποδομών: καταλύματα και χώροι εστίασης στα «δημιουργικά χωριά» για τη διευκόλυνση της παραμονής των επισκεπτών, αλλά και ως μέσο ενθάρρυνσης του ντόπιου πληθυσμού να παραμείνει στην περιοχή,

καθώς και χώροι εκθέσεων έργων τέχνης και χειροτεχνημάτων στα αστικά κέντρα, για την διευκόλυνση της πρόσβασης στην τέχνη και τον πολιτισμό, την εκπαίδευση του μελλοντικού «πολιτιστικού κοινού» και την προσέλκυση ενός ειδικού τουριστικού κοινού, των καλλιτεχνών. Η αναβίωση μιας Σχολής Χειροτεχνίας στην Κρήτη ή/και η δημιουργία ενός μόνιμου χώρου έκθεσης έργων τέχνης, πολιτιστικών αγαθών, αλλά και χειροτεχνημάτων θα μπορούσε να λειτουργήσει και ως Πολιτιστικό Hub, συμβάλλοντας στην ανάδειξη της τοπικής προστιθέμενης αξίας μέσα από την παρουσίαση έργων τέχνης καλλιτεχνών της Κρήτης και τη σύνδεση των κρητικών δημιουργημάτων με την ανάπτυξη τοπικών brands.

Η χαρτογράφηση του ΠΔΤ, σε συνδυασμό με ένα ισχυρό υποστηρικτικό πλαίσιο για τη στήριξη των δημιουργικών ανθρώπων στο νησί, θα μπορούσε να αποτελέσει αφετηρία νέων δημιουργικών διαδρομών, νέων επενδυτικών πρωτοβουλιών και καινοτόμων επιχειρηματικών ιδεών. Λόγω της υψηλής αξίας - όχι απαραίτητα οικονομικής, αλλά κοινωνικής, αισθητικής και συμβολικής - των παραγόμενου πολιτιστικού αγαθού, οι ΠΔΒ θα μπορούσαν να δημιουργήσουν ισχυρά οικονομικά κίνητρα και να προσελκύσουν εργατικό δυναμικό υψηλής εξειδίκευσης, συντελώντας στην ανάπτυξη των τοπικών κοινοτήτων που τις φιλοξενούν. Η προώθηση της πολιτιστικής και δημιουργικής ταυτότητας της Κρήτης θα μπορούσε να αναδείξει τις δυνατότητες ανάπτυξης του πολιτιστικού και δημιουργικού τουρισμού στο νησί, με διπλό όφελος: την προσφορά συμμετοχικών εμπειριών σε κατοίκους και τουρίστες και την αποσυμφόρηση των μεγάλων αστικών κέντρων επιτυγχάνοντας σημαντικούς στόχους βιωσιμότητας.



Κρητικοί μουσικοί στη Σίφνο. Στάθης Γαλιτάκης (λύρα), Νίκος Μουδάτσος (λαούτο). Φωτογραφία: Γιάννης Κοντός.