

DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL

PRODUÇÃO, IDENTIDADE E CONSUMO

O desenvolvimento vinculado ao território constitui atualmente uma das abordagens mais frutíferas de ativação socioeconômica de amplas regiões do mundo. O território deixa de ser um mero suporte sobre o qual se aplicam ações de desenvolvimento para se converter em recurso mobilizado pela trama de iniciativas propostas e adequadas a cada caso. Este é o foco de reflexão desta obra, que reúne diferentes contribuições inovadoras na temática do desenvolvimento territorial. Oferece uma diversidade de olhares que enriquecem sobremaneira a abordagem do tema, aportadas desde uma variedade de disciplinas e de um conjunto de pesquisadores de distintos países latino-americanos e europeus. Esta diversidade de abordagens teóricas confere a esta obra a necessária amplitude que o tema do desenvolvimento de base territorial tanto necessita.

Encarnación Aguilar Criado
Catedrática de Antropologia Social da Universidade de Sevilha, Espanha



Editora UNIJUI



DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL

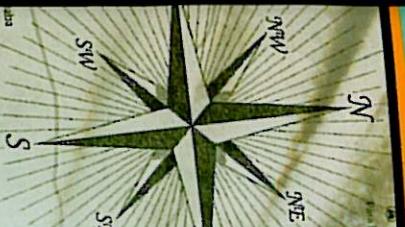
PRODUÇÃO, IDENTIDADE E CONSUMO

JOSÉ MARCOS FROEHLICH
ORGANIZADOR

DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL

PRODUÇÃO, IDENTIDADE E CONSUMO

JOSÉ MARCOS FROEHLICH
ORGANIZADOR



Editora UNIJUI

EL FOMENTO DE LA CALIDAD AGROALIMENTARIA EN LOS ESPACIOS RURALES DE ANDALUCÍA – ESPAÑA¹

**Carmen Lozano Cabedo
Encarnación Aguilar Criado**

**La Calidad, el Territorio y la Multifuncionalidad
como los Valores de la Nueva Ruralidad Europea**

Si contemplamos la realidad actual de los espacios rurales, podemos afirmar, sin lugar a dudas, que las recientes transformaciones operadas en estos territorios han terminado por diseñar un nuevo panorama que ha superado su tradicional asociación con el sector agrario, para aparecer vinculado a nuevas actividades y valores. Así, frente a la visión sectorial, economicista y unilineal de la etapa productivista, los espacios

¹ Este trabajo se inscribe en el grupo de investigación "Patrimonio Etnológico. Recursos Socioeconómicos y Simbolismo", Plan Andaluz de Investigación. Junta de Andalucía (SEJ-418). Ha sido subvencionado por los proyectos de investigación: "El Patrimonio como recurso en la era de la globalización. Nuevas perspectivas para su gestión", I+D (BSO2001-2394), Ministerio de Ciencias y Tecnología y Fondos Feder; "Cultura Local y mercados globales. Propuestas para la gestión del Patrimonio en las políticas de desarrollo rural", I+D (SEJO2004-01372/SOCD), Ministerio de Educación y Ciencia y Fondos Feder y "Territorio, calidad e Innovación: el diseño de la nueva ruralidad europea", I+D (SEJO2007-63537/SOCD), Ministerio de Educación y Ciencia y Fondos Feder.

rurales se perciben ahora, desde una perspectiva amplia que contempla la multiplicidad de funciones que éstos pueden desempeñar y que abarcan aspectos tan diversos como la protección del medio ambiente y la ordenación del territorio, la producción de alimentos de calidad, o la dimensión residencial, recreativa y de ocio. En este contexto, en el que la multifuncionalidad se convierte en eje fundamental de actuación, se explica el desarrollo que han experimentado los productos “*locales*”, asociados a un territorio concreto y que, por tanto, incorporan, como valor añadido, los significados de la sociedad en que se generan (Aguilar, 2007). De ahí también el cambio de imagen de lo rural, que aparece ahora asociado a “calidad”, “naturalidad”, “tradicional” e “histórica”. Unos valores que se presentan como el contrapunto al desarraigo que caracteriza a la sociedad urbana e industrial y que han propiciado que los espacios rurales pasen a situarse en el centro de las reivindicaciones sociales contemporáneas y a convertirse en objetos de consumo privilegiado (Urry, 2003).

En realidad, este nuevo modelo emerge como consecuencia de la crisis del modelo de cantidad y de su sustitución por un nuevo paradigma en el que la calidad, tanto de los productos como de los procesos, pasa a ser el objetivo central (Aguilar; Lozano, 2008). Es desde esta perspectiva como podemos entender la proliferación de los *Sigmas* de Calidad Agroalimentaria que vienen a avalar las cualidades diferenciales o la renta de especificidad (Caldentey; Gómez Muñoz, 1999) que determinados alimentos poseen. Entre estos sellos han obtenido una especial preponderancia, por un lado, las certificaciones que garantizan la vinculación de un producto con un territorio, una materia prima, un saber-hacer y/o unas técnicas de elaboración concretas, como sería el caso de las Designaciones Geográficas de calidad (Denominación de Origen Protegida e Indicación Geográfica Protegida). Por otro, las que aseguran que el producto se ha obtenido mediante la aplicación de un método de producción específico, tal y como propugnan la Producción

Ecológica y la Agricultura Integrada que, en líneas generales, se caracterizan por eliminar y reducir, respectivamente, la utilización de insumos químicos o sintéticos.

Sin embargo, la expansión de estos alimentos de calidad no sólo está relacionada con el proceso de reorientación de los espacios rurales, sino también con los cambios operados en las pautas de consumo de las sociedades posindustriales. Es decir, este desarrollo debe inscribirse en la transición desde una economía de volumen a una economía de valor (Bueno; Aguilar, 2003), así como en el paso desde un consumo de masas a un consumo diferencial, en el que ya no se priman los productos homogéneos e indiferenciados, sino aquellos que incluyen algún tipo de atributo distintivo. Desde esta perspectiva, podemos comprender que, en un contexto como el actual, marcado por la pérdida de referentes que suponen la globalización y la *McDonalización* de la sociedad (Ritzer, 1996), se haya acrecentado la demanda de los alimentos vinculados a un ecosistema concreto, a un saber-hacer, a variedades tradicionales, a una trayectoria histórica específica, etc. Y ello porque el consumo de estos productos supone una forma de saborear la naturaleza (Lozano; Durán, 2007), un modo simbólico de apropiarse de un paisaje, de una forma de vida y de unos conocimientos considerados parte de nuestros sustratos culturales, y que, por tanto, permiten satisfacer las necesidades de arraigo de los consumidores (Espetix, 1996).

Debemos comprender, a este respecto, que en el acto de alimentarse no sólo confluyen factores biológicos, sino también elementos sociales y culturales. Es decir que a través de la alimentación no sólo ingerimos nutrientes y componentes físico-químicos sino que “*incorporamos*” (Muehnik, 2006), hacemos parte de nosotros, todos los valores y significaciones que dicho alimento evoca. “*Somos los que comemos*” (Gracia, 2002) y es a través de la alimentación como se construye una parte importante de nuestra identidad individual y uno de los marca-

dores fundamentales expresar las diferencias étnicas, de clase social, de edad, sexo, etc. Por tanto, el desarrollo de estos alimentos de calidad debe vincularse con la expansión de las directrices del “*marketing experiencial*” (Schmitt, 2000), ya que el consumo de estos productos permite incorporar sensaciones e imágenes que suponen la recreación nostálgica de unos espacios cuyos valores: naturaleza, tradición, calidad ambiental etc., se presentan en oposición a los del mundo urbano: industrial, contaminado y urbanizado. Una tendencia que, paradójicamente, vuelve a reproducir, a nivel simbólico, la dicotomía rural-urbana ya superada.

Otro de los factores que ha coadyuvado a este fenómeno ha sido la aparición de sucesivos escándalos alimentarios, pues éstos han acentuado la percepción del riesgo (Beck, 1998) en relación a un tema tan íntimo como es la alimentación, poniendo en cuestión los sistemas de producción y distribución alimentaria, así como los controles que deben garantizar la seguridad de estos productos (Cáceres; Espeix, 2002). Lógicamente, en un contexto marcado por la paulatina estandarización de alimentos, cuyo origen y composición se desconocen o se pierden en el proceso de elaboración y transformación, los productos de calidad, sujetos a variaciones físicas y climáticas, obtenidos mediante la aplicación de un saber-hacer y de unos manejos específicos, se erigen, en la actualidad, como más naturales y seguros (Nygard; Storstad, 1998), en la medida que se garantiza su trazabilidad.

Dentro de este marco conceptual, en el que convergen numerosos procesos económicos y sociales, este texto pretende analizar la importancia que han adquirido las estrategias vinculadas al fomento de los productos agroalimentarios de calidad, a la puesta en valor de los recursos endógenos y a la dinamización de los elementos patrimoniales en las iniciativas de desarrollo territorial (Aguilar; Amaya, 2007). Para ello, estudiaremos la génesis y evolución de estos Signos de Calidad

Agroalimentaria en un ámbito concreto de la geografía española como es Andalucía y la importancia que han adquirido estos métodos productivos asociados a la calidad en dicha región. Trataremos de demostrar, además, que este tipo de experiencias constituye uno de los escenarios más interesantes para profundizar en algunas de las claves que definen a la nueva ruralidad. En este sentido, la interacción entre la tradición y la innovación, así como la recombinación entre el legado del pasado y la apuesta de futuro constituyen los ejes fundamentales de este análisis. Para terminar, esbozaremos los principales logros así como las incertidumbres que rodean a este tipo de dinámicas, ya que su sostenibilidad y viabilidad futura están sometidas a la influencia de diferentes procesos: homogeneización y diferenciación; deslocalización y re-territorialización, etc., que interactúan en torno a este fenómeno y que rivalizan por imponer sus intereses diferenciales.

El Fomento de la Producción Agroalimentaria de Calidad en Andalucía

El sector agrario y la industria agro-alimentaria poseen un peso específico y una enorme relevancia en la economía andaluza, lo que le ha permitido posicionarse como una de las regiones europeas más dinámicas en este ámbito. Hay que indicar, a este respecto, que, si España es uno de los primeros países europeos en producción agraria, al aportar el 23% de la Producción Final Agraria (PFA) de Europa, Andalucía juega un papel importante en este marco, pues el 23,5% de la PFA española proviene de esta región (Mapa, 2003). De la misma forma, aunque se ha ido reduciendo, paulatinamente, el volumen de población que se dedica a la actividad agraria, este sector todavía posee valores relevantes en Andalucía, ya que supone el 11,9% del total de su población activa. Asimismo, es la primera Comunidad Autónoma en número de industrias agroalimentarias, aglutinando el 18% del total nacional. A nivel regional,

este ámbito es el más importante dentro del sector industrial tanto en lo relativo a los ingresos de explotación (22%), como en el número de personas ocupadas (20%).²

Sin embargo, y más allá de estos datos, lo que nos parece más interesante resaltar es que se trata de una industria que se caracteriza por la presencia de múltiples empresas de reducido tamaño, por estar ubicada, en su mayor parte, en ámbitos rurales y por su elevado grado de diversificación productiva. Es decir, estamos ante un sector que mantiene una fuerte vinculación con el territorio y con sus recursos endógenos, y que posee una fuerte incidencia en el mantenimiento del tejido socioeconómico de las áreas rurales, elementos que resultan determinantes en la potenciación de un desarrollo equilibrado y sostenible. De la misma forma, y como no podía ser de otro modo, este anclaje territorial (Zimmermann, 1998) de la industria agroalimentaria andaluza ha permitido mantener los valores diferenciales de sus productos y ha estado en la base del desarrollo de una política de fomento de las producciones de calidad. Una estrategia que, como veremos a continuación, posee una amplia tradición en la zona, aunque ha recibido una mayor atención en los últimos años, como consecuencia de los cambios operados en el modelo agrario europeo, de la promoción de un modelo territorial de desarrollo y de las transformaciones en el ámbito del consumo alimentario. Ello ha permitido que, en la actualidad, Andalucía sea una de las regiones con mayor número de Designaciones Geográficas de calidad y se haya convertido en uno de los referentes, tanto a nivel estatal como europeo, en el sector de la Producción Ecológica.

² Anuario Estadístico de Andalucía (2007), datos relativos al año 2006.

Las Designaciones Geográficas de Calidad en Andalucía

La protección de los atributos de calidad asociados al origen geográfico de los alimentos es una práctica con una larga trayectoria en el ámbito mediterráneo. De hecho, la regulación de este tipo de figuras surgió en el sur de Europa, a partir de la segunda década del siglo 20, para salvaguardar las especificidades que poseían los vinos producidos en determinadas zonas de copias e imitaciones. España se incorporó a este proceso en 1932 con un Decreto en el que se establecía la figura de la Denominación de Origen (DO), en principio sólo aplicable al vino, aunque a partir de 1970³ se establecieron disposiciones para que esta certificación pudiera englobar a otros productos agroalimentarios como el aceite de oliva, el queso y el jamón curado (Gomez Muñoz; Caldenrey, 2000).

Con el paso de los años se fueron desarrollando, a nivel europeo, diferentes normativas estatales para la regulación de las Designaciones Geográficas y aparecieron una gran variedad de certificaciones con grados diversos de protección. Esta proliferación de sellos llevó a la Unión Europea a fijar, en 1992,⁴ un marco legal común para los estados miembros y a establecer las dos figuras de referencia en este campo: la “Denominación de Origen Protegida” (DOP) y la “Indicación Geográfica

³ En una disposición adicional a la Ley 25/1970 del Estatuto de la viña, del vino y de los alcoholos y su reglamento aprobado por Decreto 835/1972, de 23 de marzo, se indica que el gobierno podrá hacer extensiva estas denominaciones a “aquellos productos agrícolas cuya protección de calidad tenga especial interés económico o social”.

⁴ Reglamento 2081/92 del Consejo sobre protección de indicaciones geográficas y denominaciones de origen para productos agrícolas y alimenticios, y en el Reglamento 2082/92, relativo a la certificación de las características específicas de los productos agrícolas y alimenticios y sus modificaciones. Estos reglamentos fueron derogados por los Reglamentos (CEE) 510/2006 y (CEE) 509/2006, en el año 2006, y actualmente son los que desarrollan los criterios de registro de las denominaciones de calidad de producto agroalimentarios no vínicas.

fica Protegida" (IGP). La diferencia entre ambas certificaciones estriba en el grado de vinculación con el territorio ya que, mientras que en el caso de las DOP este elemento tienen que estar presente en las tres fases del proceso: producción, transformación y elaboración, a las IGP solo se les exige que los lazos con el territorio estén presente en una de las tres etapas. Lógicamente, en este nuevo marco, los países que ya tenían una regulación propia tuvieron que adaptarse a este marco comunitario y establecer equivalencias entre las figuras que ya existían y las establecidas por la UE.⁵

El anclaje territorial se convierte, de este modo, en el elemento distintivo de estas certificaciones porque, es a partir de esta relación original, como el producto agroalimentario incorpora las características específicas del lugar, tanto las que provienen de factores naturales, y que derivan de la peculiaridad de su ecología o de su clima, como de factores humanos, determinados por unas técnicas, unos saber-hacer y unos conocimientos tradicionalmente ligados a la zona y sus habitantes (Aguilar et al., 2009). La suma de estos elementos tangibles e intangibles conformarán los atributos requeridos para alcanzar la cualificación reglamentaria requerida por ley. Asimismo, es importante subrayar que lo específico de estas certificaciones de calidad es que, a diferencia de otras marcas comerciales, no sólo defienden los intereses de los consumidores, al garantizar que el producto integra un conjunto de características pre-definidas, sino también a los productores al asegurarles el monopolio en la utilización de la reputación asociada al mismo (De La Calle, 2002; Barco, 2007).

⁵ La Orden de 25 de enero de 1994 del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación precisa la correspondencia entre la legislación española y la comunitaria en materia de denominaciones de origen e indicaciones geográficas de los productos agroalimentarios, y establece la equivalencia entre "Denominación de Origen" y "Denominación de Origen Protegida" y entre "Denominación Específica" e "Indicación Geográfica Protegida".

En este proceso, Andalucía demostró un temprano interés por este tipo de certificaciones de calidad, como pone de relieve el hecho de que el Consejo Regulador de la Denominación de Origen "Málaga"⁶ fuera uno de los primeros en ser aprobados en España. Del mismo modo, ha experimentado una significativa evolución en este ámbito pues, mientras que en 2002 contaba con 11 DOP y 2 IGP, en la actualidad posee 35 Designaciones Geográficas, de las cuales 26 corresponden a DOP y 9 son IGP (Tabla 1).

Tabla 1 – Designaciones Geográficas en Andalucía (2009)

CATEGORÍA	TOTAL	DOP	IGP
Vino	6	6	-
Otros productos vivivinícolas	2	2	-
Espirituosos	1	-	1
Aceite de oliva	13	13	-
Jamón	3	2	1
Hortalizas	2	-	2
Frutas	2	2	-
Miel	1	1	-
Productos de panadería, pastelería y repostería	2	-	2
Pescados, moluscos y crustáceos	2	-	2
Carnes frescas	1	-	1
TOTAL	35	26	9

Fuente: Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (elaboración propia).

⁶ El Consejo Regulador se aprueba en 1933, el primer Reglamento en 1937 y en 1976 se promulga el actual Reglamento.

Para ilustrar cómo se ha desarrollado este fenómeno, vamos a dedicar unas breves líneas a analizar las características que han adoptado las Denominaciones de Origen de aceite de oliva, dado que éstas son las más numerosas (suponen el 50% de las DOP) – como corresponde a la importancia de dicho producto en la economía regional – y, por tanto, las que mayor incidencia tienen en el medio rural andaluz. El primer rasgo asociado a las DOP del aceite de oliva es que una parte importante del territorio amparado se sitúa sobre terrenos en pendiente. Una circunstancia que se explica porque estas certificaciones de calidad fueron concebidas, en sus inicios, como una estrategia para rentabilizar olivares de montaña escasamente productivos (Sanz; Maciás, 2005). Debemos entender, a este respecto, que la situación del cultivo sobre terrenos inclinados y suelos poco aptos incide, por un lado, en la productividad de los olivos, que es sensiblemente inferior a la de los olivares de campiña y, por otro, en los costes, que son mayores, ya que muchas de las labores tienen que ser realizadas manualmente, ante la imposibilidad de introducir maquinaria sobre terrenos escarpados, lo que aumenta notablemente el tiempo dedicado a las mismas y el dinero invertido en mano de obra. Sin embargo, y de forma significativa, estos mismos rasgos que inciden sobre la productividad del olivar, son los que han determinado que la calidad de su aceite sea muy alta, pues la situación en altura de los olivos propicia el óptimo drenaje del suelo, una buena exposición del producto, así como una reducción de las plagas. A estas características responden las DOP de aceite más antiguas de Andalucía como es el caso de la DOP “Sierra de Segura” que fue reconocida en 1979, aunque el Reglamento y el Consejo Regulador no se ratificaron, oficialmente, hasta 1993, y de las DOP de Baena y Priego de Córdoba que, en 1995, obtuvieron sus respectivas certificaciones.⁷

⁷ Priego de Córdoba la obtuvo mediante Orden de 29 de noviembre de 1995 y Baena poco después con la Orden de 28 de diciembre de 1995. Hay que destacar, sin embargo, que el Consejo Regulador de la Denominación de Origen del aceite de oliva “Baena”, había sido constituido, provisionalmente, unos años antes, en 1981.

Estas DOP han adquirido, sin embargo, características diferenciales a partir del año 2000, momento en que se asiste a un amplio desarrollo en su número hasta alcanzar las 13 que existen actualmente, lo que ha supuesto que, en 10 años, la superficie de olivar certificada se haya quintuplicado.⁸ Dicha expansión está relacionada, como ya hemos indicado, con el proceso de reorientación de la PAC y con el interés por promover producciones de calidad que permitan reducir los excedentes, mitigar los impactos ambientales de origen agrario y dotar de alternativas a las pequeñas explotaciones. No obstante, creemos que este fenómeno se explica, también, por la importancia asignada, desde los programas de desarrollo rural, a aquellas iniciativas que promueven una imagen distintiva de los territorios, sustentada en la calidad de sus productos y servicios. En el caso andaluz, existen múltiples ejemplos de las intervenciones establecida entre las certificaciones de calidad y los Grupos de Acción Local, entidades creadas a partir de 1991 para gestionar la Iniciativa Comunitaria Leader y que, actualmente, conforman el núcleo del Programa de Desarrollo Rural de Andalucía. Estas instituciones han jugado un papel fundamental a la hora de diseñar e impulsar las nuevas Denominaciones de Origen, en la medida que han liderado la solicitud de este tipo de certificaciones de calidad y han movilizado y coordinado a los diversos actores locales. Una muestra clara de esta dinámica sería el caso de la Denominación de Origen del aceite de oliva “Sierra de Cádiz”, pues fue el Grupo de Acción Local Sierra de Cádiz el que abanderó la creación de esta DOP como estrategia para certificar las cualidades del producto y para dotarlo de valores diferenciales mediante su vinculación con la marca “Sierra de Cádiz”, con la ruta de los pueblos blancos y con el Parque Natural Sierra de Grazalema (Aguilar, 2007). De la misma forma, supone una clara muestra de la imbricación que suele

⁸ Estos datos no incluyen la superficie de las últimas de las Denominaciones de Origen aprobada, la DO Montoro-Adamuz.

existir entre ambas entidades territoriales pues, en la actualidad, el presidente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen “Sierra de Cádiz” es, al mismo tiempo, gerente del Grupo de Acción Local.

En resumen, podemos afirmar que este tipo de producciones distintivas se han configurado con una de las principales apuestas de las agencias institucionales de desarrollo local, por cuanto constituyen una de las claves de la nueva filosofía de la PAC, en la medida que hace posible la vinculación entre agricultura, territorio, naturaleza, productores y consumidores (Renting; Ploeg, 2001), restituyendo unas conexiones que el proceso de modernización había disuelto.

La Génesis y el Desarrollo de la Producción Ecológica en Andalucía

Otro de los Signos de Calidad Agroalimentaria que posee un larga trayectoria en España es el sello “Agricultura Ecológica”, pues éste fue uno de los primeros países europeos en adoptar medidas para regular dicho método productivo. Así, a finales de los años 80 del siglo 20, se reconocía la Denominación Genérica “Agricultura Ecológica” para los productos agroalimentarios en cuya producción, elaboración y conservación no se hubieran empleado productos químicos de síntesis.⁹ Se estableció, por tanto, para la agricultura ecológica, la misma base legal y el mismo órgano de protección (el Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica) con la que contaban el resto de denominaciones de calidad alimentaria (González Ruiz; Cobo, 2000). Con esta normativa, España fue el tercer país comunicario en regular legalmente la agricultura ecológica, después de Francia (1980) y Dinamarca (1987). Una regulación

⁹ Orden de 4 de octubre de 1989, por la que se aprueba el Reglamento de la Denominación Genérica “Agricultura Ecológica” y su Consejo Regulador.

que tuvo que adaptarse, en 1991, al Reglamento comunitario¹⁰ sobre producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimentos en el que se determinaba, pormenorizadamente, los requisitos que debía cumplir un producto agrícola o un alimento para poder llevar algún tipo de referencia al método de producción ecológico.

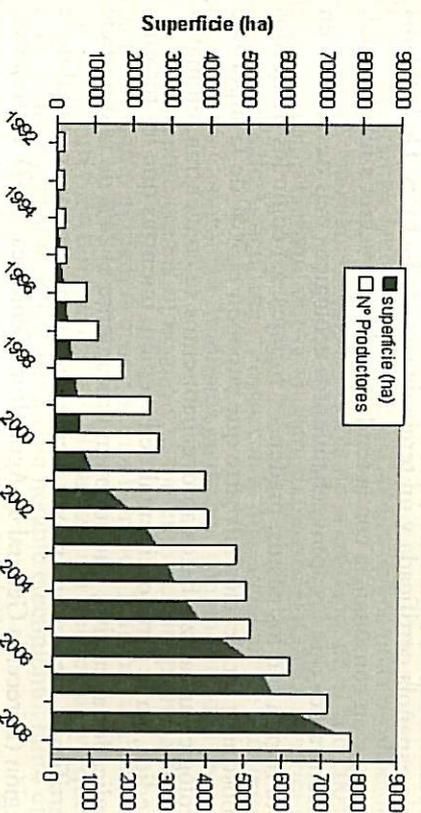


Gráfico 1 – Evolución de la producción ecológica en Andalucía

Fuente: Elaboración propia.

Este temprano interés por regular la agricultura ecológica, entre otros factores, el que ha permitido que España se haya posicionado, con 1.317.539 hectáreas y 21.291 productores como el primer país europeo, en superficie de producción ecológica y el tercero en número de productores. Dentro de este marco, Andalucía ha sido, por diversas razones, la región española con una trayectoria más significativa. Por un lado, porque es la zona en la que, tradicionalmente, se ha concentrado buena parte de la superficie ecológica, así como de los productores e industrias. En este sentido, como observamos en el Gráfico 1, mientras que

¹⁰ Reglamento (CEE) 2092/91 del Consejo, de 24 de junio de 1991, sobre producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios.

la superficie ecológica andaluza se componía, en el año 2001, de 107.000 Has, en 2008 alcanzaba las 784.068 Has. En la misma línea, el número de productores ha aumentado, a lo largo de estos años, en un 50%, de los 3.983 de 2001, a los 7.777 de 2008. Su relevancia en el contexto estatal sigue siendo destacada ya que Andalucía aglutina la mitad de la superficie española certificada y un tercio de sus productores. De la misma forma, y en consonancia con la tendencia de este sector a nivel estatal, encontramos que los aprovechamientos ecológicos más destacados en esta región son los pastos, praderas y forrajes, así como los dedicados a bosque y recolección silvestre que suponen el 76% de la superficie ecológica andaluza. Estos aprovechamientos se concentran, en mayor medida, en la parte occidental de la región, mientras que los terrenos dedicados al cultivo, que suponen únicamente el 24% de la superficie certificada, tienen una mayor incidencia en la vertiente oriental de la región (Dirección General de Agricultura Ecológica, 2007). Entre éstos, los cultivos más destacados con los cereales y leguminosas, que suponen el 33% de esta superficie cultivada y que, por primera vez, supera al olivar que pasa a representar el 30% de la superficie ecológica, seguida de los frutos secos con el 19%.

Por otro lado, porque, desde los inicios, la administración regional ha mostrado interés por regular y fomentar institucionalmente esta actividad. Así, Andalucía fue la primera Comunidad Autónoma en dotarse con un instrumento propio para el control de la producción ecológica, mediante la creación, en 1991, del Comité Territorial Andaluz de Agricultura Ecológica, así como en elaborar un Reglamento para la regulación de esta actividad en su territorio en 1996.¹¹ Será, sin embargo, a partir de 2001 cuando este apoyo institucional alcance su mayor desarrollo a

¹¹ Orden de 5 de junio de 1996, por la que se aprueba el Reglamento sobre producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios y el Comité Andaluz de Agricultura Ecológica.

través de la aplicación de dos instrumentos. En primer lugar, mediante la publicación, en 2002, del “Plan Andaluz de la Agricultura Ecológica 2002-2006” (Paac) que, avalado por un presupuesto de 93,8 millones de euros, contemplaba diez líneas de actuación básicas centradas en el apoyo a la producción ecológica, así como a la elaboración y transformación, la estructuración del sector, la potenciación de la formación de sus integrantes, la divulgación de sus valores, así como la promoción de la I+D+I. En segundo lugar, a través de la creación, en el año 2004, de la Dirección General de Agricultura Ecológica (DGAE), adscrita a la Consejería de Agricultura y Pesca, con lo que Andalucía se convierte en la primera Comunidad Autónoma en dotarse con una entidad propia e independiente para la dirección y el fomento de esta política en su territorio. Como podíamos observar en el Gráfico 1, ambas iniciativas han tenido un fuerte impacto en la dinamización del sector, ya que, desde su implantación, se ha operado un notable crecimiento, tanto en número de productores como en la superficie certificada.

Apostando Por la Calidad en Todos los Sentidos

Hay que tener en cuenta, asimismo, que existe un fuerte proceso de retroalimentación entre la producción ecológica y otras certificaciones de calidad como las DOP o IGP o con la marca regional “Marca Parque Natural”, que analizaremos con más detalle a continuación. En este sentido, podemos destacar que, en la actualidad, hay múltiples productos que combinan el sello “Agricultura Ecológica” o “Producción Integrada” con otros que señalan su vinculación con un territorio concreto. De la misma forma, hay que señalar que varias experiencias de producción ecológica en Andalucía estuvieron, vinculadas, en su origen, a la existencia previa de un DOP, como ocurrió en el caso del aceite de oliva. Este sería el caso de la comarca de la Sierra de Segura

que, como vinos, obtuvo en 1979 el reconocimiento a la calidad de sus aceites a través de la Denominación de Origen del aceite “Sierra de Segura”, convirtiéndose en la primera DO del aceite en Andalucía y la segunda de España. Dicho distintivo vino a avalar el aceite producido en 13 municipios con entidad territorial tanto a nivel geográfico como histórico y cultural. Entre sus rasgos diferenciales se estableció que el 80% de los árboles tenían que tener entre 75 y 100 años de antigüedad, que los aceites amparados por este sello debían ser obtenidos a partir de cuatro variedades: Picual, Verdala, Royal y Manzanilla de Jaén y que los parámetros de calidad para calificar el aceite eran: aceite virgen extra, de color amarillo-verdoso, frutados, aromáticos, ligeramente amargos y de gran estabilidad.

Lógicamente, la presencia de cada una de estas características en el producto se supervisa, minuciosamente, por el equipo técnico del Consejo Regulador que controla todo el proceso, desde la producción de la aceituna hasta la venta del producto ya envasado, mediante cinco tipos de registros: de olivares, de almazaras, de almacenes, de plantas envasadoras y de entidades comercializadoras. En ellos se toman muestras, tanto del fruto como del aceite, que son sometidas a análisis físico-químicos y organolépticos para determinar que cumplan con los requisitos establecidas en el Reglamento. Como muestra del estricto carácter de estos controles podemos destacar que el aceite calificado no suele superar el 20% del aceite producido en el territorio (Araque et al., 2002).

A la apuesta de este territorio por la obtención de un producto de calidad hay que sumar que este territorio se caracteriza por haber sido pionero en España y Andalucía en la promoción del olivar ecológico. Lo más significativo de este proceso es que el origen de la agricultura ecológica en la zona está vinculado, directamente, a la experiencia previa que había en la producción de aceite de ecológico, ya que fue el presidente

del Consejo Regulador el que plantó, en 1985, la posibilidad de poner en marcha una experiencia de promoción del olivar ecológico. Con ello se pretendía fomentar un método que permitiera combatir la mosca del olivo sin recurrir a las fumigaciones aéreas, pues esta práctica, para que fuera efectiva, tenía que realizarse poco tiempo antes de la recolección de la aceituna, lo que conllevaba el riesgo de aparición de trazas en el aceite. La iniciativa se planteó, de esta forma, no sólo como un paso más en el proceso de calificación del aceite de oliva, sino también como una estrategia para dotar de alternativas a una comarca económicamente deprimida y de promover métodos de producción más respetuosos con el medio ambiente, en consonancia con la declaración de buena parte del territorio como Parque Natural (Lozano, 2010).

Para la aplicación del proyecto se eligió Génave, uno de los municipios que formaban parte de la Denominación de Origen, no sólo por la elevada repercusión que la plaga tenía en el mismo, sino también por su localización, ya que sus olivares se encontraban relativamente aislados del resto y, por tanto, eran menos susceptibles de contaminaciones accidentales. A ello hay que sumar que la extensión que abarcaba este cultivo no era muy amplia, lo que hacía posible controlar las diferentes variables del experimento. De la misma forma, y tal y como nos explicaba uno de los participantes en el proceso, el hecho de que estos olivares estuvieran escasamente tecnificados facilitó bastante el proceso, pues el nivel de residuos que presentaban las fincas era mínimo. Otro elemento que podía otorgar viabilidad a la experiencia era que se trataba de un municipio pequeño, con solo 837 habitantes, cuyos agricultores se hallaban integrados en una misma cooperativa, “La Sociedad Cooperativa Andaluza (SCA) Virgen del Campo”, lo que permitió involucrar a todo el pueblo en el proyecto. Asimismo, como esta cooperativa había participado, desde el principio, en la apuesta colectiva por la obtención de la Denominación de Origen, por lo que ya poseía una cierta expe-

riencia en este tipo de procesos y, sobre todo, una orientación clara hacia esta clase de estrategias. Así nos comentaba los inicios del proceso uno de los agricultores ecológicos:

Lo que es el olivar está muy delimitado por la montaña arriba y él (el Presidente del Consejo Regulador) vio conveniente que Génave podía ser todo el término, hacer agricultura ecológica de olivar porque no había entrado la ximacina, todavía, apenas se trataba. Entonces estaba casi virgen, que dijéramos. Hicimos una junta general, a la cual asistió él también, y por unanimidad se acordó que sí, que hacer la agricultura ecológica en Génave.

Por tanto, tras una reunión entre los socios de la cooperativa y varios agentes institucionales, representantes de la administración agraria de la Junta de Andalucía y del Consejo Regulador de la Denominación de Origen, se decidió, por unanimidad, reconverter todos los olivares del municipio a agricultura ecológica. Este paso suponía una gran novedad pues, en aquellos momentos, todavía no existía en España ningún tipo de regulación de esta actividad, dado que las primeras directrices en torno a la misma no se establecieron, como hemos visto, hasta 1989. Por tanto, al no existir ninguna normativa al respecto, la cooperativa se acogió a las directrices establecidas por la Asociación Vida Sana, de manera que fue esta entidad privada la que, durante los primeros años de andadura de esta experiencia, certificó los métodos de producción ecológicos implementados por estos agricultores y otorgó un aval de garantía¹² al aceite obtenido.

A pesar de los problemas encontrados en sus inicios, sobre todo para vender el producto, con el paso del tiempo, se fue envasando una parte de la producción y se abrieron otros mercados, tanto de carácter

¹² La Asociación Vida Sana elaboró, en 1981, las bases para el desarrollo de la agricultura biológica en España, a través de los cuadernos de normas de la agricultura biológica. Asimismo, creó unos *avales de garantía Vida Sana* que funcionaron hasta la entrada en vigor del Reglamento Comunitario 2092/91.

internacional como nacional. Al mismo tiempo, empezaron a promulgarse las primeras normativas, a crearse entidades de regulación como el Comité Regulador de la Agricultura Ecológica y a aparecer una mayor cantidad y variedad de productos autorizados: fertilizantes, pesticidas, etc. Uno de los elementos cruciales de este proceso fue el establecimiento, en 1992, de las ayudas agroambientales a la producción ecológica, que vinieron a respaldar económicamente la apuesta realizada por estos agricultores e incentivaron a otros para su incorporación a la actividad. Esta nueva situación fue vivida con optimismo desde la cooperativa que veía cómo las instituciones comenzaban a tener un interés por regular, pero también por promocionar esta producción de calidad. Sin embargo, el mayor impulso al proyecto se produjo con la creación de la “Cooperativa de 2º grado “Olivar de Segura”,¹³ ya que fue a través de su integración en esta entidad como “Sierra de Génave” consiguió aumentar los canales de comercialización y posicionar el aceite en un lugar favorable en los mercados (Lozano, 2008).

Otro de los elementos diferenciales de la experiencia fue que ésta se vinculó, desde el principio, con uno de los recursos específicos del territorio: el “Parque Natural Sierras de Gazorla, Segura y Las Villas” creado en 1986, ya que al ser una práctica agraria menos contaminante y, por tanto, más respetuosa con el medio ambiente, se adecuaba perfectamente a los objetivos perseguidos con el establecimiento de dicha figura. Ello no supuso, sin embargo, la implicación de la administración ambiental en el fomento de dicha actividad, sino que, ésta se ha limitado a aplicar las directrices de conservación de los recursos naturales, manteniéndose ajena al desarrollo de la misma hasta fechas muy recientes. Se puede señalar, incluso, que la presencia de esta figura de protección ha

¹³ Esta entidad se creó para la comercialización conjunta de los aceites con Denominación de Origen producidos por diferentes almazaras-cooperativas del territorio.

bloqueado el desarrollo de la agricultura y, sobre todo, de la ganadería ecológica en el territorio, a pesar de las aptitudes que presenta este sector para la reconversión por su carácter extensivo, la adaptación de sus razas autóctonas y por el tipo de manejo desarrollado. Ello se debe a que la mayor parte de los montes del Parque son públicos, por lo que correspondía a la Consejería de Medio Ambiente su inscripción como ecológicos (Lozano; Aguilar, 2008).

Con los años, aumentó el número de productores ecológicos en el territorio y comenzó a diversificarse el sector con la introducción de otros cultivos como hortalizas, pastos, cereal etc. De la misma forma, empezaron a surgir en la zona toda una serie de iniciativas de elaboración, transformación y comercialización de productos ecológicos, de manera que en 2004 encontrábamos en la zona 187 operadores y cerca de 2.000 hectáreas inscritas. De la misma forma, a las 2 experiencias de elaboración, transformación y comercialización de productos ecológicos, se sumaron otras 6 iniciativas, 4 de las cuales eran almazaras para la moltración y elaboración de aceite de oliva ecológico.

En este proceso, las relaciones entre ambas certificaciones han sufrido altibajos. Por un lado, una de las nuevas almazaras ha tratado de vincular, desde el principio, ambas certificaciones de calidad, pues los socios de dicha cooperativa consideraban que era necesario aplicar un concepto integral de calidad en el que no sólo se certificase la ausencia de residuos en el aceite, sino que además, un panel de cara avalara las cualidades organolépticas del producto y los lazos del aceite con el territorio donde ha sido producido. Por otro lado, la cooperativa "Sierra de Génave" optó, hace unos años, por salirse del Consejo Regulador de la Denominación de Origen perdiendo, por tanto, la certificación que garantiza la vinculación del aceite con este territorio. Una decisión que era explicada por los informantes como fruto de la necesidad de la cooperativa de abastecerse de aceitunas procedentes de localidades

externas a la zona amparada por la "Denominación de Origen Sierra de Segura" para poder hacer frente a la fuerte demanda que existe en el sector del aceite ecológico. Es decir, que ante la necesidad de aumentar su producción, han tenido que dar entrada a productores ecológicos de zonas cercanas pero que están situadas fuera de la zona amparada por la Denominación de Origen. Una situación que, muchos de los socios de la cooperativa, esperan que sea transitoria y que puedan introducirse mecanismos para separar el aceite ecológico obtenido en el territorio, y que por tanto podría ser calificado por la denominación de Origen, de aquel que procede de otras zonas.

Con todo, esta vinculación con el territorio no se ha perdido totalmente dado que la Cooperativa ha incorporado en sus aceites la "Marca Parque Natural",¹⁴ con la que se pretende fomentar las iniciativas empresariales acordes con los principios del desarrollo sostenible dotándolas de un elemento diferenciador, a través de su asociación con los valores medioambientales del Parque y con su historia, artesanía y saber hacer. Por tanto, esta etiqueta se concede a aquellos productores naturales, artesanos y turísticos obtenidos y fabricados en el ámbito de los Parques Naturales de Andalucía y los municipios menores de 10.000 habitantes incluidos en aquellos. Su obtención implica la adquisición de una serie de compromisos generales en torno a tres ejes: calidad, medioambiente y carácter local. Es importante resaltar, para los intereses de nuestra investigación, que el aceite ecológico "Oro de Génave" fue el primer producto de la Sierra de Segura en obtener este distintivo. Una estrategia que trata de unir el sello agricultura ecológica con los valores del Parque Natural de modo que, no sólo se garantice al consumidor una calidad y una seguridad avalada por los estrictos controles que se

¹⁴ Este proyecto se elaboró tomando como referencia la iniciativa de la Federación de Parques Naturales de Francia y en el contexto del Proyecto de Adaptación de Empresas al Desarrollo Sostenible en los Parques Naturales (Iniciativa Comunitaria Adap).

realizan a los productos ecológicos, sino que, además, se pueda gozar de los elementos asociados a este territorio: la cultura, la tradición, la naturaleza, etc.

De la misma forma, la ubicación de esta comarca en el Parque Natural ha sido uno de los factores que ha propiciado que haya sido uno de los territorios prioritarios de aplicación del “Plan de promoción de la agricultura y ganadería ecológica en los Parques Naturales Andaluces”, impulsada por la Dirección General de Agricultura Ecológica a partir de 2004. El primer ámbito de trabajo de este plan ha sido la coordinación de las diferentes políticas sectoriales: agricultura, medio ambiente, empleo, sanidad, etc., así como de las distintas escalas administrativas¹⁵ que trabajan en la zona. Este proyecto para la promoción de la producción ecológica en Parque Natural se ha caracterizado, asimismo, por haber sido diseñada desde una perspectiva integral, tratando de actuar simultáneamente sobre todas las etapas del proceso. Así, se ha tratado de aumentar la capacidad productiva del sector pero, sobre todo de diversificar las actividades y los cultivos mediante la incentiviación de la producción de hortalizas y de herbáceos, así como la reconversión del sector ganadero.

Por otro lado, en el ámbito de la elaboración y transformación de productos ecológicos, se han puesto en marcha diversos talleres de empleo sobre horticultura y elaboración de conservas vegetales ecológicas en las localidades con mayor arraigo y tradición en este tema. Con ello se está tratando de crear nuevas alternativas de empleo, fomentar dicho sistema productivo en la zona y promover la creación de empresas en relación a dicha actividad. En último lugar, en lo relativo a la

¹⁵ A este respecto hay que destacar que la descentralización administrativa imperante en España ha propiciado la aparición de múltiples instituciones que, desde distintos niveles administrativos: nacional, regional, provincial, comarcal y local, inciden sobre las mismas realidades.

comercialización y venta de los productos ecológicos se ha iniciado una campaña destinada a promover el consumo interno a través de diferentes vías. Por un lado, aprovechando los mercadillos que se celebran semanalmente en los municipios más importantes a través de los cuales se ha tratado visibilizar y difundir estos productos entre la población local, así como potenciando los canales cortos de comercialización. Por otro, este territorio se ha acogido a la iniciativa de consumo social de productos ecológicos, que desde hace algunos años, viene desarrollando la Dirección General de Agricultura Ecológica. Una experiencia que está promoviendo la introducción de los alimentos ecológicos en los comedores escolares, los hospitales y otros centros públicos. Su objetivo es, por tanto, incentivar el consumo local de estos productos a través de su presencia en los menús elaborados en establecimientos que tengan como principales destinatarios a niños, personas mayores y enfermos. En la actualidad, estos alimentos ya están presentes en los menús elaborados en el hospital comarcal y en los comedores de algunos colegios y guarderías de la zona. En resumen, con estas iniciativas se pretende fomentar el consumo e incrementar la demanda de dichos productos lo cual resolvería uno de los principales problemas del sector ecológico y podría incentivar a los agricultores convencionales a la reconversión.

Los resultados de este Plan, a pesar de su escasa trayectoria, han sido bastante positivos pues, desde su aplicación ha aumentado el consumo interno de estos productos y ha crecido, notablemente, la superficie certificada que ha pasado de las 2.455,31 Has que había en 2004, a las 7.316,6 Has de 2008. Asimismo, se ha operado un fuerte desarrollo de la ganadería ecológica con la incorporación de 15 ganaderos, con lo que el número de productores se sitúa, actualmente, en torno a los 174. De la misma forma, a través del mismo, no sólo se ha creado un cierto tejido social alrededor de dicha actividad y se han establecido actuaciones coordinadas entre diferentes actores del territorio, sino que, por primera vez, se han implementado medidas para integrar activa-

mente a los ganaderos en la gestión de los recursos naturales del Parque Natural, reconociendo, de este modo, la importancia que el manejo sostenible del ganado puede tener en la promoción de la biodiversidad, el control de la maleza y la prevención de incendios (Lozano, 2009).

La aplicación de este programa ha propiciado también que la administración del Parque y agricultores y ganaderos de la zona, grupos tradicionalmente antagonistas, se hayan sentado a dialogar y que, incluso, hayan llegado a consensuar una estrategia común para el desarrollo de la agricultura y la ganadería ecológica dentro del espacio protegido. Relevante ha sido también la aportación de esta iniciativa a la superación de la visión sectorial que, tradicionalmente, ha primado en el diseño de políticas sobre el medio rural desde la que se contraponían los objetivos ambientales – de índole conservacionista –, a los del sector agrario – de índole productivista –. En primer lugar, porque este tipo de experiencias vienen a reconocer formalmente que estos espacios “naturales” no están aislados, sino que forman parte de un ecosistema más amplio con el que está interrelacionado. En segundo lugar, porque pasan de considerar al ser humano como “agresor” del medio ambiente, a reconocer el papel que la población que habita en el entorno ha tenido y tiene en la conformación de ese espacio privilegiado.

Potencialidades y Amenazas del Modelo de Promoción de la Calidad Agroalimentaria

Para cerrar el capítulo, queremos señalar algunos de los debates vigentes en torno a este tipo de producciones de la calidad. Por un lado, hay que destacar que estas experiencias generan un amplio conjunto de sinergias, dado que, frente a modelos agroalimentarios globales, la promoción de estrategias de “localización” permite dinamizar socioeconómicamente las regiones menos competitivas y marginales, en la

medida en que dota a las pequeñas exploraciones y empresas de herramientas con las que poder singularizar sus producciones y competir (Aguilar; Lozano, 2008). Calidad, diferenciación y territorio se convierten, de este modo, en los tres pilares básicos de los nuevos escenarios rurales. De la misma forma, al promover los sistemas extensivos, las razas y variedades autóctonas, así como las técnicas y manejos tradicionales, no sólo permiten garantizar la estabilidad y el mantenimiento en el tiempo de unos cultivos poco rentables, sino que también permite conservar las peculiaridades culturales, ecológicas y paisajísticas del territorio en que se enmarcan.

Por otro lado, y tal y como hemos visto en los diversos casos de estudio, el desarrollo de este tipo de producciones de calidad está propiciando el establecimiento de acciones de coordinación horizontales y verticales entre los actores de una misma zona. Así, las Designaciones Geográficas de calidad se sustentan en la creación de espacios de concertación entre agente públicos y privados del territorio, cuyo máximo exponente es el Consejo Regulador. Es decir, suponen el establecimiento de procesos de cooperación entre los agentes involucrados en las diferentes etapas de la cadena agroalimentaria, de manera que se puedan obtener ventajas competitivas colectivas (Sanz, 2007). En el ámbito de la producción ecológica hemos visto cómo en la Sierra de Segura se han implementado diversas actuaciones conjuntas no sólo para fomentar la cooperación entre los diversos sectores de actividad: ganaderos, olivareros, productores de cereales, etc., de cara a complementar sus producciones, sino también entre productores y elaboradores, y entre estos últimos y los consumidores. Es decir, este tipo de iniciativas están impulsando la creación de redes de apoyo y vínculos novedosos entre actores, sustentadas en la cercanía y en la confianza (Lozano, 2009). Creemos además, que la integración de los alimentos ecológicos en los menús del hospital y de otros centros públicos ha aumentado, considerablemente, la demanda interna de estos productos y está permitiendo

que una parte de la población conozca, de primera mano, sus atributos diferenciales, lo que puede promover la superación de los estereotipos y las reiccencias que la población local tiene de esta actividad.

De la misma forma, la combinación de diferentes certificaciones de calidad y, especialmente, de aquellas que poseen carácter complementario como son el sello “agricultura ecológica”, las “Designaciones Geográficas” o la “Marca Parque Natural” permite generar múltiples sinergias. Como hemos visto en el caso de la Sierra de Segura, la vinculación de esta certificación genérica con la DOP pretendía otorgar un arraigo territorial al aceite ecológico obtenido en la zona mediante su vinculación con las características naturales y agroclimáticas de la comarca, pero también a sus rasgos socio-culturales. De la misma forma, esta combinación garantizaba la incorporación de criterios de sostenibilidad ambiental y la inexistencia de residuos en los aceites. Unas medidas que otorgaban un mayor valor añadido a las cualidades que ofrecía la DOP. Una estrategia que en esta zona ha dado un paso más allá al incorporar como etiqueta de calidad el hecho de estar ubicado dentro de un Parque Natural. Esta iniciativa venía dándose de manera informal por la totalidad de los elaboradores ecológicos de la zona que incorporaban de un modo u otro la referencia al Espacio Protegido en sus productos o en la publicidad de los mismos, y que se ha formalizado con la creación, por parte de la Junta de Andalucía de la “Marca Parque Natural”. En resumen, lo que queremos señalar es que la combinación de “Agricultura Ecológica-Parques Natural”, al menos en la Sierra de Segura, está resultando positiva para ambos elementos. Para la agricultura ecológica porque permite obtener un producto ampliado que basa su calidad, no sólo en la aplicación de un método productivo respetuoso con el medio ambiente, sino también por haber sido obtenido en ámbito con unos valores naturales reconocidos como es el “Parque Natural de las Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas”. Un mecanismo simbólico que otorga a estos productos ecológicos un plus de “naturalidad” y “confianza”. De

la misma forma, para el territorio, y en concreto para el Parque Natural, esta iniciativa constituye una manera de fomentar una imagen de marca de la zona en torno a los valores “ecológicos” y “sostenibles” no sólo de sus recursos ambientales y paisajísticos, sino también la calidad de sus productos y servicios, y del respeto de los mismos hacia ese entorno privilegiado.

Sin embargo, estas dinámicas encuentran también múltiples amenazas a su desarrollo. En este sentido, uno de los principales riesgos está asociado al proceso de patrimonialización de los alimentos, ya que la selección de sus elementos distintivos puede suponer, en algunos casos, la fragmentación y descontextualización de esa cultura alimentaria al aislar determinados componentes y dotarlos de nuevos sentidos. Éste es el problema que, en algunos casos, acompaña a la creación de Designaciones Geográficas, pues la atribución de significados puede responder a fines comerciales dado que el objetivo es “vender” el producto de la mejor manera posible aludiendo a sus caracteres “tradicionales”. De la misma forma, si esta dinámica se realiza siguiendo los valores de la sociedad que patrimonializa y no de la cultura en la que se originan (Prats; Santana, 2005), se puede terminar banalizando el proceso de diferenciación de la calidad.

En lo que refiere a los productos ecológicos se han generado también diversas contradicciones, como la difusión de un concepto restrictivo de producción ecológica o la adopción de prácticas con bajos niveles de sostenibilidad. En relación a la primera de las cuestiones, hemos visto que el proceso de institucionalización de la agricultura ecológica permitió crear un marco apropiado para su control y regulación, y ha tenido una fuerte incidencia en el desarrollo de esta actividad. Sin embargo, esta misma dinámica ha propiciado la divulgación de una definición reduccionista de la producción ecológica, que concibe esta actividad como un método productivo que no utiliza insumos de origen

químico o sintético, limitándose a incidir en aquellos aspectos y prácticas que este método productivo elimina o reduce (Marín Rodríguez; Vidal, 2004). Aunque la elaboración de ese enunciado breve y sintético tenía como objeto la fácil divulgación del concepto, lo que ha propiciado ha sido su simplificación, soslayando las múltiples dimensiones (social, cultural, ecológica etc.) que conlleva (Clunies-Ross, 1990).¹⁶ En base a esta definición, se han generalizado unas prácticas de agricultura y ganadería ecológica que se limitan a sustituir unos insumos de origen químico y sintético por otros de tipo natural, mucho más caros. Ello ha supuesto, conectando con la segunda de las cuestiones, el fomento de unos manejos que generan ecosistemas de baja sustentabilidad, pues no promueve la autorregulación del mismo ni la conservación de los recursos, y la perpetuación de la dependencia de los agricultores de las empresas que los abastecen de dichos productos.

Sin embargo, la principal amenaza a estas dinámicas proviene del conocido como proceso de “*conventionalisation*”, es decir, de la entrada del “*agrifinances*” en el sector (Guthman, 1998). Así, las grandes empresas agroalimentarias han comenzando a incluir, en sus estrategias de marketing, algunos de los referentes atribuidos a los alimentos localizados: “natural”, “bio”, “de calidad”, “elaboración artesana”, “a fuego lento”, “casera” etc., para diferenciar sus productos y ajustarse a las nuevas demandas de los ciudadanos, interesados en el consumo de la tradición (Ortí, 1999). Lógicamente, este fenómeno supone un claro riesgo para las Designaciones Geográficas y la Producción Ecológica, ya que sus rasgos intrínsecos, aquellos que los dotan de singularidad, se utilizan

¹⁶ Para subsanar esta cuestión, en el nuevo Reglamento (CE) N° 834/2007 sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos, la Unión Europea ha introducido el término Producción Ecológica para aglutinar los diferentes sistemas productivos incluidos en el mismo: agricultura, ganadería, acuicultura etc., así como una definición más amplia, tratando de poner de relieve su papel en la protección del medio ambiente, al *bienestar animal y el desarrollo*.

para publicitar productos estandarizados, perdiendo con ello, su valor añadido. Además, dichas corporaciones agro-alimentarias están comenzando a dominar los aspectos más lucrativos de la agricultura ecológica, es decir, el ámbito de los insumos y el proceso de comercialización y venta del producto (Guthman, 1998; Darnhofer, 2005). Una situación que está propiciando que se reproduzca, en este sector, el sistema imperante en la agricultura convencional, lo que puede suponer una merma para la independencia de los agricultores, así como la anulación de las múltiples externalidades positivas (económicas, ecológicas, sociales y culturales) asociadas a la agricultura ecológica (Banks; Marsden, 2001). En esta línea, algunos autores (Alrøe; Byrne; Glover, 2006) se preguntan si la orientación de muchas de las producciones ecológicas hacia la exportación contribuye al fomento de un desarrollo rural sostenible, ya que esta práctica supone un mayor gasto energético, genera diversos problemas ambientales, perpetúa la desvinculación entre productor y consumidor, y fomenta que estos productos alcancen altos precios en los mercados por la presencia de múltiples intermediarios.

Por tanto, y a modo de conclusión, podemos señalar que, aunque este tipo de iniciativas relacionadas con la producción de calidad poseen múltiples potencialidades, lo cierto es que se enfrentan a un futuro incierto. Por un lado, amenazadas por su propio “*éxito*”, ya que la proliferación de sellos de calidad está fomentando la confusión del consumidor que encuentra dificultades para distinguirlos y para conocer y reconocer sus cualidades distintivas. Esta confusión se agrava en el caso de los productos que combinan varias de estas certificaciones pues se alude a diferentes estrategias que sólo un número reducido de consumidores es capaz de distinguir, valorar y pagar por ellas. Por otro, se encuentran presionadas por las grandes corporaciones agro-alimentarias que tratan de apropiarse de los atributos asociados a la calidad, así como de controlar los distintos procesos de la cadena, lo que ponen en riesgo su ventaja competitiva y conlleva la reproducción, en estos sistemas agro-

alimentarios alternativos, de los mismos mecanismos de exploración de la naturaleza, de subordinación del agricultores y de industrialización de los alimentos.

Referencias

- AGUILAR, E. Productos locales, mercados globales. Nuevas estrategias de desarrollo en el mundo rural. In: GARCÍA DO CAMPO, M. (Ed.). *Perspectivas Teóricas en Desarrollo Local*. La Coruña: Nebiblo, 2007. p. 145-169.
- AGUILAR, E.; LOZANO, C. El territorio y las producciones de calidad como factor de desarrollo sostenible en el medio rural. *Agricultura Familiar en España 2008*, p. 170-173, 2008.
- AGUILAR, E.; AMAYA, S. El patrimonio cultura como activo de desarrollo rural. In: SANZ CAÑADA, J. (Ed.). *El futuro del mundo rural*. Madrid: Síntesis, 2007. p. 103-124.
- AGUILAR, E. et al. Entre la tradición y la innovación: políticas de empleo femenino y desarrollo rural. *Sociología del Trabajo*, n. 65, p. 111-136, 2009.
- ALRØE, H. F.; BYRNE, J.; GLOVER, L. Organic agriculture and ecological justice: Ethics and practice. In: HALBERG, N. et al. (Eds.). *Global Development of Organic Agriculture: Challenges and Promises*. Foulum (Denmark): Cabi publishing, 2006. p. 75-112.
- ARAUQUE, E. et al. *Diagnostico previo al Plan de Desarrollo Sostenible del Parque Natural de las Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas*. Jaén, 2002. Original mecanografiado.
- BANKS, J.; MARSDEN, T. The nature of rural development: the organic potential. *Journal of Environmental Policy and Planning*, v. 3, n. 2, p. 103-121, 2001.
- BARCO, E. Denominaciones de origen. La incidencia de la localización y deslocalización. *Distribución y Consumo*, n. 96, p. 27-41, 2007.
- BECK, U. *La sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós, 1998.
- BUENO, C.; AGUILAR, E. *Las Expresiones Locales de la Globalización: México y España*. México: Ed. Porrúa; Ciesas; Universidad Iberoamericana, 2003.
- CÁCERES, J.; ESPETIX, E. Riesgo alimentario y consumo: percepción social de la seguridad alimentaria. In: GRÀCIA, M. (Coord.). *Somos lo que comemos*. Estudios de alimentación y cultura en España. Barcelona: Ariel Antropología, 2002. p. 317-348.
- CALDENTEY, P.; GÓMEZ MUÑOZ, A. C. Signos distintivos en productos agroalimentarios. *Distribución y Consumo*, n. 45, p. 71-83, 1999.
- CLUNIES-ROSS, T. Organic food: swimming against the tide? In: MARSDEN, T.; LITTLE, J. (Eds.). *Political, social and economic perspectives on the international food system*. Aldershot: Avebury, 1990. p. 200-214.
- DARNHOFFER, I. Organic Farming and Rural Development: Some Evidence from Austria. *Sociologia Ruralis*, v. 45, n. 4, p. 308-323, 2005.
- DE LA CALLE, L. Denominaciones de origen y protección económica. *Revista Española de Estudios Agrosciales y Pesqueros*, n. 194, p. 27-48, 2002.

DIRECCIÓN GENERAL DE AGRICULTURA ECOLÓGICA, CONSEJERÍA DE AGRICULTURA Y PESCA. *II Plan Andaluz de Agricultura Ecológica (2007-2013)*. Sevilla: Consejería de Agricultura y Pesca, Junta de Andalucía, 2007.

ESPEITX, E. Los “nuevos consumidores” o las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los “productos de la tierra”. *Agricultura y sociedad*, n. 80-81, p. 83-116, 1996.

GÓMEZ MUÑOZ, A. G.; CALDENTEY, P. Signos de calidad en productos agroalimentarios. *Revista Tierra Sur*, n. 7, p. 30-35, 2000.

GONZÁLEZ RUÍZ, L.; COBO, F. B. Agricultura Ecológica en España: las estrategias de marketing, claves para el éxito. *Distribución y Consumo*, n. 51, p. 39-55, 2000.

GRACIA, M. La alimentación en el umbral del siglo XXI: una agenda para la investigación sociocultural en España. In: GRACIA, M. (Coord.). *Somos lo que comemos*. Estudios de alimentación y cultura en España. Barcelona: Ariel Antropología, 2002. p. 15-38.

GUTHMAN, J. Regulating Meaning, Appropriating Nature: The Codification of California Organic Agriculture”. *Antipode*, v. 30, n. 2, p. 135-154, 1998.

LOZANO, C. Calidad, naturaleza y territorio. Agricultura ecológica y Parques Naturales en Andalucía. In: LEIZAOLA, A.; HERNÁNDEZ, J. M. (Coord.). *Miradas, encuentros y críticas antropológicas*. Ankullegi: Donostia, 2008. p. 265-268.

LOZANO, C. 2009. *Agricultura Ecológica y “Segura”*. Multifuncionalidad, calidad y territorio en el contexto de la globalización. Universidad de Sevilla. 2009. Tesis (doctoral inédita). 2009.

LOZANO, C. *Agricultura Ecológica y “Segura”*. Nuevas estrategias de desarrollo en el medio rural Andaluz. Jaén: Instituto de Estudios Giennenses, 2010.

LOZANO, C.; AGUILAR, E. Nuevas estrategias para nuevos contextos. Agricultura ecológica en Parques Naturales Andaluzes”. *Revista Sociadas Rurales, Producción y Medio Ambiente*, 8(16), p. 103-126, 2008.

LOZANO, C.; DURAN, M. I. La saveur de la nature comme patrimoine. In: *Colloque International “Héritages et trajectoires rurales en Europe”*. Montpellier (France) 6 et 7 septembre 2007.

MAPA. *Libro blanco de la agricultura y el desarrollo rural*. Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2003.

MARTÍN RODRÍGUEZ, M. A.; VIDAL, F. La regulación general de la Agricultura Ecológica. *Agricultura: revista agropecuaria*, n. 865, p. 630-635, 2004.

MUCHNIK, J. Identidad territorial y calidad de los alimentos: procesos de calificación y competencias de los consumidores. *Revista Agroalimentaria*, n. 22, p. 89-98, 2006.

NYGARD, B.; STORSTAD, O. De-globalization of Food Markets? Consumer Perceptions of Safe Food: The Case of Norway. *Sociologia Ruralis*, v. 38, n. 1, p. 35-53, 1998.

ORTÍ, C. Consumiendo tradición: elementos patrimoniales y locales en la publicidad alimentaria. In: FERNÁNDEZ DE PAZ, E.; Agudo, J. (Eds.). *Patrimonio cultural y museología. Significados y contenidos*. Santiago de Compostela: Asociación Galega de Antropología, 1999. p. 127-139.

PRATS, L.; SANTANA, A. Reflexiones libérrimas sobre patrimonio, turismo y sus confusas relaciones. In: PRATS, L.; SANTANA, A. (Coords.). *El encuentro del turismo con el patrimonio cultural: concepciones teóricas y modelos de aplicación*. Sevilla: Fundación el Monte; Faace Asana, 2005. p. 9-25.

- RENTING, H.; PLOEG, J. D. Reconnecting nature, farming and society: environmental cooperatives in the Netherlands as institutional arrangements for creating coherence. *Journal of Environmental Policy and Planning*, v. 3, n. 2, 2001, p. 85-101.
- RITZER, G. *La McDonaldización de la sociedad: un análisis de la racionalización en la vida cotidiana*. Barcelona: Ariel, 1996.
- SANZ, J. Calidad y signos distintivos. Las Denominaciones de Origen de aceite de oliva en España. In: SANZ CAÑADA, J. (Ed.). *El futuro del mundo rural*. Madrid: Síntesis, 2007. p. 175-198.
- SANZ, J.; MACIAS, A. Quality certification, institutions and innovation in local agro-food systems: protected designations of origin of olive oil in Spain. *Journal of Rural Studies*, v. 21, n. 4, 2005. p. 475-486.
- SCHMITT, B. H. *Marketing experiencial*. Barcelona: Deusto, 2000.
- URRY, J. *The Tourist Gaze*. London: Sage, 2003.
- ZIMMERMANN, J. B. Nomadisme et ancrage territorial: propositions méthodologiques pour l'analyse des relations firmes-territoires. *Revue d'Économie Régionale et Urbaine (Reru)*, n. 2, p. 211-230, 1998.

LA VALORIZACIÓN DE LA TIPICIDAD CULTURAL Y TERRITORIAL DE PRODUCTOS MEDIANTE CERTIFICACIONES EN PAÍSES DE AMÉRICA LATINA

Marcelo A. Champredonde

Introducción

La certificación de productos por su origen requiere de pruebas que respalden que su tipicidad, calidad particular o renombre, se deben fundamentalmente a la influencia de factores geográficos (humanos y naturales). Este tipo de certificaciones, como por ejemplo las Indicaciones Geográficas Calificadas (I.G.C.) se desarrolló inicialmente en los países mediterráneos de Europa, principalmente Francia, Italia y España. Luego fueron homologados y legitimados por el Parlamento Europeo para todos los países de ese bloque político y económico.

La finalidad asociada a la implementación de estos sellos de calidad por el origen es la promoción del desarrollo territorial, fundamentalmente en los espacios rurales. El objetivo directo es el reconocimiento y la valorización de la tipicidad, renombre o calidad particular, de los

© 2012, Editora Unijuí
Rua do Comércio, 1364
98700-000 - Ijuí - RS - Brasil -
Fone: (0__55) 3332-0217
Fax: (0__55) 3332-0216
E-mail: editora@unijuí.edu.br
Http://www.editoraunijuí.com.br

Editor: Gilmar Antonio Bedin

Editor-Adjunto: Joel Corso

Capa: Elias Ricardo Schüssler

Responsabilidade Editorial, Gráfica e Administração:

Editora Unijuí da Universidade Regional do Noroeste
do Estado do Rio Grande do Sul (Unijuí, Ijuí, RS, Brasil)

Conselho Editorial: Gilmar Antonio Bedin – Presidente

Arnildo Laurencio Roetenbach

Darcísio Corrêa

Antonio José Grison

Oravio Aloisio Maldaner

Ligia Beatriz Bento Franz

Walter Franz

Angela Patrícia Grajales Spilimbergo

Catálogo na Publicação:

Biblioteca Universitária Mario Osorio Marques – Unijuí

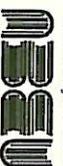
D451

Desenvolvimento territorial : produção, identidade e
consumo / organizador José Marcos Froehlich. – Ijuí : Ed.
Unijuí, 2011. – 424 p. -

ISBN 978-85-7429-994-5

1. Desenvolvimento. 2. Desenvolvimento territorial. 3.
Produção. 4. Consumo. I. Froehlich, José Marcos. II. Título.
III. Título: Produção, identidade e consumo.

CDU: 316.453
332.1



Editora Unijuí afiliada:
Associação Brasileira
das Editoras Universitárias

SUMÁRIO

Apresentação..... 7

José Marcos Froehlich

1 – REFLEXÕES E EXPERIÊNCIAS – Contexto Internacional.... 13

As bases sociopolíticas do desenvolvimento territorial:
uma análise a partir da experiência francesa. 15

Ademir Antonio Casella

Indicações geográficas, identidade e desenvolvimento:
um diálogo entre a realidade europeia e brasileira 53

Flávio Sacco dos Anjos

El fomento de la calidad agroalimentaria
en los espacios rurales de Andalucía, España..... 85

Carmen Lozano Cabedo, Encarnación Aguilar Criado

La valorización de la tipicidad cultural y territorial de productos
mediante certificaciones en países de América Latina..... 119

Marcelo A. Champredonde

Patrimonio gastronómico y desarrollo territorial
en El Alto Lerma, Toluca, México..... 167

Alejandro T. Romero Contreras, Octavio A. Castelán Ortega,

Hugo A. González Vela