



Natural, tradicional y de la tierra. La promoción de la calidad agroalimentaria en los nuevos espacios rurales andaluces

Carmen Lozano Cabedo, Universidad Nacional de Educación a Distancia; Encarnación Aguilar Criado, Universidad de Sevilla. Grupo de investigación Territorio, Cultura y Desarrollo (TECUDE), Departamento de Antropología Social

Este artículo¹ analiza la importancia que han adquirido las estrategias vinculadas a la promoción 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. Trata de demostrar que este tipo de experiencias constituye uno de los escenarios más interesantes para profundizar en algunas de las claves que definen 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 son los ejes fundamentales de este análisis. Para ilustrar dicho proceso, se centra en el estudio de la génesis y evolución de los signos de calidad agroalimentaria en un ámbito concreto de la geografía española como es Andalucía y, valora, a partir del análisis de varios casos específicos, la potencialidad que presentan estos nuevos sistemas productivos para la dinamización del medio rural andaluz. Para finalizar, se analizan las principales amenazas y potencialidades que rodean a este tipo de procesos en un ámbito en el que diferentes dinámicas (homogeneización y diferenciación; deslocalización y re-territorialización, etc.) rivalizan por imponer sus distintos intereses.

Natural, Traditional and Of the Earth: The Promotion of Food Quality in New Andalusian Rural Contexts

This article discusses the rising importance of strategies linked to the promotion of quality food products, the valorization of endogenous resources and the revitalization of heritage elements in territorial development initiatives. It attempts to show that these types of experiences are some of the most interesting areas to explore in defining the new rurality. In this sense, the interaction between tradition and innovation - the coalescence between the legacy of the past and hope for the future - are the cornerstones of this analysis. To illustrate this process, the text focuses on the study of the genesis and evolution of the food quality signs in a particular Spanish geographical area, Andalusia, and evaluates, based on the study of several specific cases, the potential presented by these new production systems for the revitalization of rural Andalusia. Finally, the article analyzes the major obstacles threatening this type of process in a field in which different dynamics (homogenization and differentiation, relocation and re-territorialization, etc.) compete to impose their interests.

LOS VALORES DE LA NUEVA RURALIDAD: CALIDAD, TERRITORIO Y MULTIFUNCIONALIDAD

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 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 la que se generan (AGUILAR CRIADO, 2007). De ahí también el cambio de imagen de lo rural, que aparece ahora asociado a *calidad, naturaleza, tradición e historia*. 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 CRIADO; LOZANO CABEDO, 2008). Es desde esta perspectiva como podemos entender la proliferación de los signos de calidad agroalimentaria que vienen a avalar las cualidades diferenciales o la renta de especificidad (CALDENTY ALBERT; 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 postindustriales. Es decir, este desarrollo debe inscribirse en la transición desde una economía de volumen a una economía de valor (BUENO CASTELLANOS; AGUILAR CRIADO, 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 CABEDO; DURÁN SALADO, 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 (ESPEITX BERNAT, 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 *in-corporamos* (MUCHNIK, 2006), hacemos parte de nosotros, todos los valores y significaciones que dicho alimento evoca. *Somos los que comemos* (GRACIA ARNAIZ, 2002) y es a través de la alimentación como se

construye una parte importante de nuestra identidad individual y uno de los marcadores fundamentales para 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-urbano 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 con 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 NOVAR; ESPEITX BERNAT, 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 artículo 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 CRIADO; AMAYA CORCHUELO, 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



Muestra de aceites.



Tienda de productos derivados del cerdo ibérico en Jabugo (Huelva).



Botellas de aceite ecológico de diseño.
Fotos: Carmen Lozano Cabedo

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 son 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.

LA APUESTA POR UNA 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 destacada 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.

Territorializando los alimentos: 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 XX, 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 (GÓMEZ MUÑOZ; CALDENTEY, 2000).

Con el paso de los años se fueron desarrollando, a nivel europeo, diferentes normativas estatales para la regu-

lación 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 1992⁴, 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 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 tiene que estar presente en las tres fases del proceso (producción, transformación y elaboración), a las IGP sólo se les exige que los lazos con el territorio estén presentes 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 UE⁵.

Estas certificaciones vienen a ratificar, por tanto, el vínculo que estos productos mantienen con su entorno. El anclaje territorial se convierte, de este modo, en el elemento distintivo 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 las

peculiaridad de su ecología o de su clima, como de factores humanos, determinados por unas técnicas, un saber-hacer y unos conocimientos tradicionalmente ligados a la zona y sus habitantes (AGUILAR CRIADO, et ál., 2009). La suma de estos elementos tangibles e intangibles conformará 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 a los intereses de los consumidores, al garantizar que el producto integra un conjunto de características predefinidas, sino también a los productores al asegurarles el monopolio en la utilización de la reputación asociada al mismo (DE LA CALLE, 2002; BARCO ROYO, 2007).

En este proceso de fomento de la calidad agroalimentaria, Andalucía ha tenido un papel relevante, no sólo por su 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 Málaga⁶ fuera uno de los primeros en ser aprobados en España, sino también por su significativa evolución en este ámbito. Así, 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.

CATEGORÍA	TOTAL	DOP	IGP
Vino	6	6	-
Otros productos vitivinícolas	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

Designaciones Geográficas en Andalucía (2009). Fuente: Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. Elaboración propia

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, son las que mayor incidencia tienen en el medio rural andaluz. En este sentido, hay que destacar que una parte importante del territorio amparado por alguna de estas 13 DOP de aceite 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 CAÑADA; MACÍAS VÁZQUEZ, 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 las DOP de Baena y Priego de Córdoba que, en 1995, obtuvieron sus respectivas certificaciones⁷.

Este proceso ha adquirido, sin embargo, características diferenciales a partir del año 2000, momento en que se asiste a un amplio desarrollo en el número de DOP de aceite en Andalucía hasta alcanzar las 13 que existen actualmente, lo que ha supuesto que, en diez años, la superficie de olivar certificada se haya quintuplicado⁸. 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 interacciones establecidas 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 CRIADO, 2007). De la misma forma, supone una clara muestra de la imbricación que suele 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 como 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.

Entre la innovación y la tradición: la producción ecológica en Andalucía

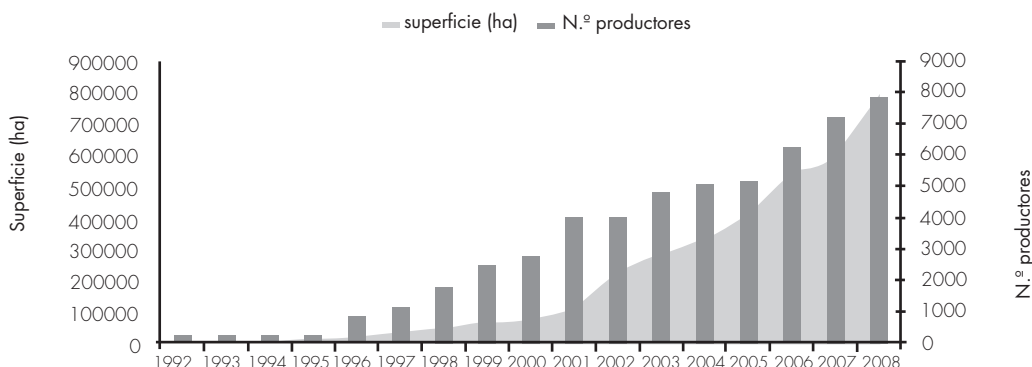
Otro de los signos de calidad agroalimentaria que posee una larga trayectoria en España es la producción

ecológica, pues éste fue un de los primeros países europeos en adoptar medidas para regular dicho método productivo. Así, a finales de los años 80 del siglo XX, se reconocía la Denominación Genérica Agricultura Ecológica para los productos agroalimentarios en cuya producción, elaboración y conservación no se hubieran empleado productos químicos de síntesis⁹. Una normativa que tuvo que adaptarse, en 1991, al *Reglamento comunitario*¹⁰ sobre producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios en el que se determinaban, pormenorizadamente, los requisitos que debía cumplir un producto agrícola o un alimento para poder llevar algún tipo de referencia al método de producción ecológico. Es este temprano interés por regular la agricultura ecológica, entre otros factores, el que ha permitido que España se haya posicionado, en la actualidad, como el séptimo país, a nivel mundial, en superficie de producción ecológica, y el segundo a nivel europeo.

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 producción ecológica. Una tendencia que se mantiene en la actualidad, ya que las 784.068 ha y 7.777 productores que hay en la comunidad andaluza suponen la mitad de la superficie española certificada y un tercio de sus productores. Por otro, 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 Andalúz de Agricultura Ecológica, así como en elaborar un reglamento para la regulación de esta actividad en su territorio en 1996¹¹.

Será, sin embargo, a partir de 2001 cuando este apoyo institucional alcance su mayor desarrollo a través de la aplicación de dos instrumentos. En primer lugar, mediante la publicación, en 2002, del *Plan Andalúz de la Agricultura Ecológica 2002-2006* (PAAE) 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 podemos observar en el gráfico, 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.



Evolución de la superficie y del número de productores inscritos en agricultura y ganadería ecológica en Andalucía (1992-2008).
Fuente: Consejería de Agricultura y Pesca. Junta de Andalucía. Elaboración propia



Puesto de venta de productos ecológicos "biopunto" en Castril (Granada). Foto: Carmen Lozano Cabedo

Con todo, para tener una idea más exacta de la influencia que este apoyo institucional ha tenido en el desarrollo de la producción ecológica en Andalucía, vamos a analizar la experiencia implementada en la comarca de la Sierra de Segura (Jaén). Ante todo, hay que señalar que esta zona, enmarcada en el Parque Natural de las Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas, ha sido pionera en la producción ecológica, experiencia que comenzó en 1986 en el ámbito del olivar y que, a partir de 1996, fue expandiéndose por el territorio y diversificando su producción. Sin embargo, entre los años 2003-2005, como consecuencia de una serie de problemas de diferente índole (LOZANO CABEDO, 2009), el sector comenzó a dar signos de un cierto estancamiento, e incluso de retroceso, en el número de hectáreas, productores e industrias ecológicas ubicados en la zona. Ante este panorama, desde la DGAE se diseñó, en 2006, un plan específico para este territorio: El *Plan de Promoción de la Agricultura Ecológica en la comarca de la Sierra de Segura*, con el que se pretendía dinamizar el sector a través de diferentes vías.

Por un lado, se ha tratado de aumentar la capacidad productiva del sector pero, sobre todo, de diversificar las actividades y los cultivos mediante la incentivación de la producción de horticolas y de herbáceos. De la misma forma, para promover la ganadería ecológica, prácticamente inexistente en la zona, la administración ambiental ha certificado una parte importante de los pastos públicos del Parque Natural. 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 para promover la creación de empresas en relación con dicha actividad. Del mismo modo, para subsanar los problemas relacionados con la comercialización y el consumo de estos productos, se han implementado diversas iniciativas para fomentar la demanda interna de alimentos ecológicos. En primer lugar, se ha potenciado la ubicación de un *biopunto*, es decir, un centro de venta de productos ecológicos, en los principales mercadillos que se celebran, semanalmente, en los di-

ferentes municipios del territorio. Con esta iniciativa se ha tratado de visibilizar y difundir estos productos entre la población local así como de potenciar los canales cortos de comercialización.

En segundo lugar, 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. Evidentemente, para garantizar un abastecimiento regular de estos centros, es necesario que exista una articulación y coordinación entre los productores, así como plataformas conjuntas de comercialización. Para subsanar esta cuestión se ha creado, en la Sierra de Segura, la empresa *Cestas Ecológicas Sierra de Segura*, que se ha hecho cargo del acopio, almacenamiento y distribución de los alimentos ecológicos en el Hospital de Alta Resolución de la Sierra de Segura, así como en algunas guarderías y residencias de la tercera edad de la zona.

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 ha que había en 2004, a las 7.316,6 ha 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 activamente a los ganaderos en la gestión de los recursos naturales del Parque Natural. Con ello se reconoce 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 CABEDO, 2008).

LUCES Y SOMBRAS DE UN MODELO ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TERRITORIAL

Para cerrar el artículo, 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 explotaciones y empresas de herramientas con las que poder singularizar sus producciones y competir (AGUILAR CRIADO; LOZANO CABEDO, 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 se garantiza 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 CAÑADA, 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 está impulsando



Paisaje de Villarrodrigo (Jaén). Foto: Carmen Lozano Cabedo

la creación de redes de apoyo y vínculos novedosos entre actores, sustentadas en la cercanía y en la confianza (LOZANO CABEDO, 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 reticencias que la población local tiene de esta actividad.

Sin embargo, estas dinámicas encuentran también múltiples amenazas a su desarrollo. En este senti-

do, 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 con 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, que 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 la concibe como un método productivo que no utiliza insumos de origen químico o sintético. Es decir, se limita a incidir en aquellos aspectos y prácticas que dicha actividad elimina o reduce (MARTÍN RODRÍGUEZ; VIDAL JIMÉNEZ, 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)¹². En base a esta definición, se han generalizado unas prácticas de agricultura y ganadería ecológicas 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 promueven la autorregulación del mismo ni la conservación de los recursos, y perpetúan la dependencia de los agricultores de las empresas agroquímicas 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 *agribusiness* en el sector (GUTHMAN, 1998). Las grandes empresas agroalimentarias han comenzado 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 GARCÍA, 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 para publicitar productos estandarizados, perdiendo 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; DARNHOFFER, 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 et ál., 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. Por otro, 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 pone en riesgo su ventaja competitiva y conlleva la reproducción, en estos sistemas agroalimentarios alternativos, de los mismos mecanismos de explotación de la naturaleza, de subordinación del agricultores y de industrialización de los alimentos.

Notas

¹ Este trabajo se inscribe en el grupo de investigación TECUDE (Territorio, Cultura y Desarrollo) -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 (SEJ02004-01372/SOCI), Ministerio de Educación y Ciencia y Fondos Feder; *Territorio, calidad e Innovación: el diseño de la nueva ruralidad europea*, I+D (SEJ02007-63537/SOCI), Ministerio de Educación y Ciencia y Fondos Feder.

² Anuario Estadístico de Andalucía 2007. Datos relativos al año 2006.

³ En una disposición adicional a la Ley 25/1970 del Estatuto de la viña, del vino y de los alcoholes 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 agrarios 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 vinícos.

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.

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

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.

⁸ Estos datos no incluyen la superficie de la última Denominación de Origen aprobada, la DO Montoro-Adamuz.

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.

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.

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.

¹² 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 rural".

Bibliografía

- AGUILAR CRIADO, E. (2007) Productos locales, mercados globales. Nuevas estrategias de desarrollo en el mundo rural. En GARCÍA DOCAMPO, M. (ed.) *Perspectivas Teóricas en Desarrollo Local*. La Coruña: Netbiblo, 2007, pp. 145-169
- AGUILAR CRIADO, E.; LOZANO CABEDO, C. (2008) El territorio y las producciones de calidad como factor de desarrollo sostenible en el medio rural. En *Agricultura Familiar en España 2008*. Madrid: Fundación Estudios Rurales, 2008, pp. 170-173
- AGUILAR CRIADO, E.; AMAYA CORCHUELO, S. (2007) El patrimonio cultura como activo de desarrollo rural. En SANZ CAÑADA, J. (ed.) *El futuro del mundo rural*. Madrid: Síntesis, 2007, pp. 103-124
- AGUILAR CRIADO, E.; LOZANO CABEDO, C.; MORENO, I. L.; PÉREZ CHUECA, A. (2009) Entre la tradición y la innovación: políticas de empleo femenino y desarrollo rural. *Sociología del Trabajo*, n° 65, 2009, pp. 111-136
- ALRØE, H. F.; BYRNE, J.; GLOVER, L. (2006) Organic agriculture and ecological justice: Ethics and practice. En HALBERG, N.; KNUDSEN, M.T.; ALRØE, H.F.; KRISTENSEN, E.S. (ed.) *Global Development of Organic Agriculture: Challenges and Promises*. Foulum (Denmark): CABI publishing, 2006, pp. 75-112
- BANKS, J.; MARSDEN, T. (2001) The nature of rural development: the organic potential. *Journal of Environmental Policy and Planning*, v. 3, n° 2, 2001, pp. 103-121
- BARCO ROYO, E. (2007) Denominaciones de origen. La incidencia de la localización y deslocalización. *Distribución y Consumo*, n° 96, 2007, pp. 27-41
- BECK, U. (1998) *La sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós, 1998
- BUENO CASTELLANOS, C.; AGUILAR CRIADO, E. (2003) Introducción. La Globalización de las Expresiones Locales. En BUENO, CASTELLANOS, C.; AGUILAR CRIADO, E. (ed.) *Las Expresiones Locales de la Globalización: México y España*. México: Porrúa, Ciesas y Universidad Iberoamericana, 2003, pp. 5-46
- CÁCERES NOVAR, J.; ESPEITX BERNAT, E. (2002) Riesgo alimentario y consumo: percepción social de la seguridad alimentaria. En GRACIA ARNAIZ, M. (coord.) *Somos lo que*

comemos. *Estudios de alimentación y cultura en España*. Barcelona: Ariel, 2002, pp. 317-348

CALDENTEY ALBERT, P.; GÓMEZ MUÑOZ, A. C. (1999) Signos distintivos en productos agroalimentarios. *Distribución y Consumo*, nº 45, 1999, pp. 71-83

CLUNIES-ROSS, T. (1990) Organic food: swimming against the tide? En MARSDEN, T. Y LITTLE, J. (ed.) *Political, social and economic perspectives on the international food system*. Aldershot: Avebury, 1990, pp. 200-214

DARNHOFFER, I. (2005) Organic Farming and Rural Development: Some Evidence from Austria. *Sociologia Ruralis*, v. 45, nº 4, 2005, pp. 308-323

DE LA CALLE, L. (2002) Denominaciones de origen y protección económica. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, nº 194, 2002, pp. 27-48

ESPEITX BERNAT, E. (1996) Los "nuevos consumidores" o las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los "productos de la tierra". *Agricultura y sociedad*, nº 80-81, 1996, pp. 83-116

GÓMEZ MUÑOZ, A. C.; CALDENTEY, P. (2000) Signos de calidad en productos agroalimentarios. *Revista Tierra Sur*, nº 7, 2000, pp. 30-35

GRACIA ARNAIZ, M. (2002) La alimentación en el umbral del siglo XXI: una agenda para la investigación sociocultural en España. En GRACIA ARNAIZ, M. (coord.) *Somos lo que comemos*. Barcelona: Ariel Antropología, 2002, pp. 15-38

GUTHMAN, J. (1998) Regulating Meaning, Appropriating Nature: The Codification of California Organic Agriculture. *Antipode*, v. 30, nº 2, 1998, pp. 135-154

LOZANO CABEDO, C. (2009) *Agricultura Ecológica y "Segura". Multifuncionalidad, calidad y territorio en el contexto de la globalización*. Sevilla: Universidad (en línea) < <http://fondosdigitales.us.es/tesis/tesis/1012/agricultura-ecologica-y-segura-multifuncionalidad-calidad-y-territorio-en-el-contexto-de-la-globalizacion/>> (consulta: 04/05/10)

LOZANO CABEDO, C. (2008) Calidad, naturaleza y territorio. Agricultura ecológica y parques naturales en Andalucía. En LEIZAOLA, A.; HERNÁNDEZ, J. M. (coord.) *Miradas, encuentros y críticas antropológicas*. Ankulegi: Donostia, 2008, pp. 265-268

LOZANO CABEDO, C.; DURÁN SALADO, M. I. (2007) La saveur de la nature comme patrimoine. En *Colloque International "Héritages et trajectoires rurales en Europe"*. Montpellier (France) 6 et 7 septembre 2007

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

MARTÍN RODRÍGUEZ, M. A.; VIDAL JIMÉNEZ, F. (2004) La regulación general de la Agricultura Ecológica. *Agricultura: revista agropecuaria*, nº 865, 2004, pp. 630-635

MUCHNIK, J. (2006) Identidad territorial y calidad de los alimentos: procesos de calificación y competencias de los consumidores. *Revista agroalimentaria*, nº 22, 2006, pp. 89-98

NYGARD, B.; STORSTAD, O. (1998) De-globalization of Food Markets? Consumer Perceptions of Safe Food: The Case of Norway. *Sociologia Ruralis*, v. 38, nº 1, 1998, pp. 35-53

ORTÍ GARCÍA, C. (1999) Consumiendo tradición: elementos patrimoniales y locales en la publicidad alimentaria. En FERNÁNDEZ DE PAZ, E.; AGUDO TORRICO, J. (ed.) *Patrimonio cultural y museología. Significados y contenidos*. Santiago de Compostela: Asociación Galega de Antropoloxía, 1999, pp. 127-139

PRATS, L.; SANTANA, A. (2005) Reflexiones libérrimas sobre patrimonio, turismo y sus confusas relaciones. En PRATS, L.; SANTANA, A. (coord.) *El encuentro del turismo con el patrimonio cultural: concepciones teóricas y modelos de aplicación*. Sevilla: Fundación El Monte; FAAEE ASANA, 2005, pp. 9-25

RENTING, H.; PLOEG, J. D. VAN DER (2001) Reconnecting nature, farming and society: environmental cooperatives in the Netherlands as institutional arrangements for creating coherence. *Journal of Environmental Policy and Planning*, v. 3, nº 2, 2001, pp. 85-101

RITZER, G. (1996) *La Mcdonalización de la sociedad: un análisis de la racionalización en la vida cotidiana*. Barcelona: Ariel, 1996

SANZ CAÑADA, J. (2007) Calidad y signos distintivos. Las Denominaciones de Origen de aceite de oliva en España. En SANZ CAÑADA, J. (ed.) *El futuro del mundo rural*. Madrid: Síntesis, 2007, pp. 175-198

SANZ CAÑADA, J.; MACÍAS VÁZQUEZ, A. (2005) 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, nº 4, 2005, pp. 475-486

SCHMITT, B. H. (2000) *Marketing experiencial*. Barcelona: Deusto, 2000

URRY, J. (2003) *The Tourist Gaze*. London: Sage, 2003

ZIMMERMAN, J. B. (1998) Nomadisme et ancrage territorial: Propositions méthodologiques pour l'analyse des relations firmes-territoires. *Revue d'Économie Régionale et Urbaine (RERU)*, nº 2, 1998, pp. 211-230