

# El Patrimonio Agrario

## La construcción cultural del territorio a través de la actividad agraria

José Castillo Ruiz y  
Celia Martínez Yáñez  
(Coordinadores)





# Mecanismos de revalorización del Patrimonio Agrario desde lo local: los sistemas de certificación y garantía

## **M<sup>a</sup> Carmen Cuéllar Padilla**

Docente investigadora del Departamento de Ciencias Sociales y Humanidades y del Instituto de Sociología y Estudios Campesinos (ISEC) de la Universidad de Córdoba

## **José Castillo Ruiz**

Profesor Titular de Historia del Arte, Universidad de Granada  
IP del Proyecto PAGO.

El patrimonio agrario: la construcción cultural del territorio a través de la actividad agraria. José Castillo Ruiz y Celia Martínez Yáñez (Coordinadores).  
Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía, 2015. ISBN: 978-84-7993-264-0. Enlace: <http://hdl.handle.net/10334/3525>

## 1. Introducción

Desde la década de los 80, la cuestión de la legitimidad de los procesos políticos y sociales empieza a tener un lugar central a nivel de políticas públicas. Se comienza a plantear de una manera generalizada la cuestión del poder en la toma de decisiones y en la puesta en marcha de procesos, especialmente tras los aprendizajes de al menos cinco décadas de intervenciones bajo el paraguas de la promoción del desarrollo (Escobar, 1995; Rist et al., 2007; Cuéllar & Calle, 2011). Este cuestionamiento del poder en las relaciones sociales tiene cabida en el planteamiento que, sobre el concepto de Patrimonio Agrario, se pretende construir en el proyecto de investigación que da origen al presente texto: Quién tiene la palabra, quién habla y tiene el poder para establecer lo que debe ser considerado Patrimonio Agrario.

En este sentido, nos interesa particularmente analizar, desde la propia sociedad civil, y desde las iniciativas privadas, qué elementos están surgiendo vinculados a la revalorización de lo local. Ya sea con un enfoque de mercado, con el fin de facilitar el marketing y la publicidad de los productos provenientes de un territorio, ya sea con el fin de establecer articulaciones sociales en torno a la protección del territorio y el empoderamiento de sus habitantes. El tipo de participación local que se da en unos y otros casos suele ser muy diferente (cf. Pretty, 1995; Caporal, 1998).

En esta línea, con el presente capítulo queremos presentar el análisis de los diferentes elementos que podrían conformar ese concepto en construcción que es el Patrimonio Agrario, que se reivindican desde el sector agrario y rural, como importantes para su reconocimiento y puesta en valor.

Para ello, nos hemos centrado en los mecanismos de certificación y de garantía que se están proponiendo desde el sector privado y la sociedad civil de los territorios. Los analizamos desde la perspectiva de ser mecanismos que tratan de reconocer y revalorizar ciertos elementos y bienes que podríamos considerar parte del concepto de Patrimonio Agrario en construcción, y que provienen de los actores y actrices de los propios territorios de carácter rural. Hemos distinguido dos tipos de procedimientos vinculados a esta idea de partida, por sus especificidades y diferencias: por un lado, las marcas o sellos de calidad; y por otro lado, los Sistemas Participativos de Garantía agroecológica.

Una diferencia fundamental de partida de ambos grupos de iniciativas se centra en que los primeros son mecanismos orientados a la revalorización en el mercado de los elementos planteados, hablando más de territorio y medio rural que de actividad agraria (si bien muchos de los productos a través de los cuales se exponen estas iniciativas son de esta índole); mientras que en los mecanismos agrupados en los Sistemas Participativos de Garantía agroecológica, los planteamientos, elementos y principios en los que se basan se refieren a la revalorización de la actividad agraria en sí, dentro de los territorios. Esta diferencia responde a estrategias bien planificadas y a principios y visiones del medio rural bien diferentes, como analizaremos más adelante.

Sobre las iniciativas que hemos agrupado bajo el paraguas de marcas o sellos de calidad, hemos rastreado diferentes iniciativas tanto públicas como privadas de marcado carácter comarcal o territorial, que tratan de revalorizar estos elementos patrimoniales (generalmente intangibles), tanto a nivel de territorios como de productos agroalimentarios concretos. Un elemento importante de este grupo es que tratan de revalorizar ciertos elementos patrimoniales a través de su puesta en valor en el mercado.

Por otra parte, las iniciativas englobadas bajo el paraguas de los Sistemas Participativos de Garantía, son procedimientos que, de manera participativa y colectiva en los territorios, definen por un lado, aquellos elementos agrarios que quieren poner en valor, tanto tangibles como intangibles; y por otro lado, los mecanismos para garantizar su reconocimiento y puesta en valor, con la particularidad de que estos mecanismos tienen siempre un fuerte carácter participativo y colectivo. Son procedimientos que van más allá de un reconocimiento de estos elementos a través del mercado, y sí a través de procesos endógenos de articulación social, empoderamiento y reconocimiento.

## **2. Las propuestas de revalorización desde las marcas y sellos de calidad**

Este tipo de iniciativas surgen en la década de los 90, en paralelo al desarrollo de las políticas de Desarrollo rural implementadas desde la Unión Europea. Esta década supuso el planteamiento de una nueva ruralidad, basada en la desagrarización y la multifuncionalidad del medio rural. Esta nueva visión de lo rural se plasmó en políticas de desarrollo rural que incentivaron, entre otras cosas, procesos

de identificación de los territorios con la creación de marcas o distintivos a través de los cuales los territorios se promocionan tanto interna como externamente. Y esto se proponía en base a productos específicos de calidad «diferenciada» vinculados al turismo, el paisaje, lo agroalimentario, etc. (Cabus, 2001; Cabus y Vanhaverbeke, 2003; Ray, 2001; Ward et al., 2005; Tolón y Lastra, 2009).

De esta manera, y muy vigente en la actualidad, los territorios se promocionan a través de distintivos de calidad asociados a productos y paisajes, en los mercados convencionales, aumentando la *competitividad* de sus productos a través de la calidad, y no de bajos precios. Para ello, proponen poner en valor elementos particulares de los territorios o de modos tradicionales de producción, tanto tangibles como intangibles, que aporten ese valor añadido buscado (se asocia a conceptos de tradicional, ecología, desarrollo local, variedades locales, etc.).

Haciendo un repaso por las principales marcas y sellos de este tipo que han ido saliendo al mercado, los elementos que valorizan y que presentan como señas de identidad son de diferentes tipos. Tienen en común la concepción de que estos elementos son importantes de valorizar y recuperar, para crear desarrollo local a través de su comercialización. No es una recuperación en sí de estos valores y elementos, sino con el objetivo de generar un distintivo en el mercado que permita el desarrollo económico de las iniciativas empresariales inmersas en el territorio en cuestión.

Para esto hay dos vías: por un lado, la idea de vender la imagen de un territorio compacto, es decir, un territorio que es en sí un producto, con características ecológicas, agrarias, tradicionales que resultan interesantes de valorizar y de mantener como recurso económico (en este sentido están, por ejemplo, la marca territorial de calidad o las denominaciones geográficas protegidas); por otro lado, se persigue apoyar ciertas iniciativas productivas familiares o cooperativas, con características interesantes, para que se mantengan vivas en el territorio y generen riqueza (en esta línea están los alimentos artesanos de Navarra, o las especialidades tradicionales garantizadas).

En la mayoría de los casos, estas marcas y sellos hablan de poner en valor la *identidad territorial*, así como el *patrimonio cultural, histórico y ambiental* de estas zonas rurales. Hablan de valorizar y preservar, a través del mercado, la *cultura local* de los territorios. De visibilizar al

medio rural como reservorio de bienes públicos como las *tradiciones culturales arraigadas a lo agroalimentario* (Thomas y Soriano, 2009). Asimismo, en algunos casos plantean la recuperación de lo tradicional, asociando este concepto al conocimiento histórico de manejo de los recursos naturales y de la transformación agroalimentaria, que se guía por procesos adaptados a los ritmos naturales y los recursos localmente disponibles.

En todos los casos se trata de sellos o marcas asociados a productos. Indicativos que pretenden que la persona consumidora asocie ese bien adquirido con un territorio, una tradición, una identidad cultural, a los que valoriza y apoya con esta compra. Para ilustrar estos casos, y analizar en profundidad el concepto de territorio que se plantea, así como los elementos que se destacan para considerar como tradicionales determinadas formas de cultivo o de transformación agroalimentaria, hemos seleccionado cinco iniciativas que creemos son representativas de lo que aquí planteamos.

## 2.1. Marca de calidad territorial

Es una iniciativa creada desde distintos Grupos de Acción Local (GAL) a nivel europeo, e incentivada por el Programa Europeo de Apoyo a Iniciativas de Desarrollo Rural LEADER. Según los últimos datos de la propia Asociación de la Marca de Calidad Territorial Europea, en el Estado español son 30 los territorios y comarcas adheridos a esta iniciativa.

Su objetivo es promover el concepto de territorio – producto. Para ello, se determinan una serie de elementos a revalorizar en estos territorios, y se identifican los productos y servicios que salen de los mismos, y que ayudan a preservar esos elementos interesantes. Esta marca pretende vincular los productos/servicios que salen de estos territorios con su *identidad*, como una forma de revalorizar y difundir su *patrimonio, tanto cultural, como histórico y medioambiental*.

Los criterios que se establecen para otorgar esta marca a un territorio están basados en ocho principios<sup>1</sup>:

1. Permitir la participación del conjunto de los actores en cada nivel de organización y de gestión, y garantizar la transparencia de

---

1. Reglamento interno de la Marca de calidad Territorial. [http://www.calidadterritorial.com/mct/pdf/reglamento\\_general\\_sp.pdf](http://www.calidadterritorial.com/mct/pdf/reglamento_general_sp.pdf): pp. 4-7 [10/09/14]

- las acciones a partir del compromiso voluntario y formal de los socios.
2. Garantizar la igualdad del acceso de todas las personas al desarrollo en sus dimensiones culturales, sociales y económicas, particularmente los grupos sociales desfavorecidos (en particular, jóvenes y mujeres)
  3. Favorecer las sinergias entre las diferentes organizaciones socio-profesionales para una mejor valorización de los productos, servicios y el patrimonio de los territorios.
  4. Crear solidaridades entre los diferentes actores, y fundamentalmente entre los productores de uno o varios sectores, entre los productores y los consumidores en cada territorio y entre los territorios.
  5. Favorecer la emergencia y sostenibilidad del proceso de calidad transversal para el conjunto de los productos y servicios de cada uno de los territorios.
  6. Garantizar la autenticidad de los savoir-faire y las tradiciones. Construir una identidad fundada sobre valores comunes y compartidos por los actores del territorio y comprometer en sus dimensiones multicultural y europea los intercambios entre las personas. Valorizar el papel de las asociaciones sin ánimo de lucro.
  7. Responder a las nuevas demandas de los consumidores y usuarios, a partir de esta identidad colectiva, traducida en una imagen llevada por el territorio.
  8. Garantizar que las empresas y entidades que porten la marca, y sus productos o servicios, sean socialmente responsables, más allá de los mínimos exigidos por la legislación de aplicación.

Centrándonos en el principio 6, que es el que más nos interesa en cuanto a rescatar qué criterios plantea esta iniciativa en cuanto a la revalorización y preservación de bienes y elementos que podríamos considerar dentro del Patrimonio Agrario, encontramos unos criterios poco concretos establecidos por la propia marca. Este procedimiento plantea que será cada territorio el responsable de identificar y valorizar aquellas tradiciones y conocimientos tradicionales que consideren meritorias de esta visibilización. Según las palabras expresadas en su propio reglamento, serán aquellas que representen un potencial como recurso para el desarrollo local, así como una fuente de innovación.

De esta manera, las asociaciones territoriales que se crean para dar contenido y seguimiento a esta marca serán las responsables de describir los elementos de «autenticidad e identidad» presentes en aquellas producciones y servicios que podrán exhibir esta marca

de calidad territorial. Esta descripción deberá formar parte de los reglamentos de dichas producciones y servicios.

Cualquier Grupo de Acción Local de cualquier territorio puede utilizar este distintivo, entrando en todo el proceso de adhesión establecido. La estrategia ha sido diseñar una marca común a los distintos territorios de la Unión Europea adheridos, denominada «Calidad Rural». Y su fin último es proyectar a los mercados los productos de estas zonas rurales. Es interesante destacar que al tratarse de una iniciativa vinculada a los GAL, son sólo territorios de carácter rural, si bien incluyen las cabeceras de comarca que, en ocasiones, son núcleos poblacionales de carácter urbano.

Tras analizar 22 de estas iniciativas<sup>2</sup>, en clave de qué tipo de elementos o productos están valorizando, podemos extraer una serie de puntos comunes. En general, conciben el territorio como espacios con cierta identidad cultural, definida en el tiempo a través de delimitaciones físicas claras: cadenas montañosas (Alpujarra de Granada, p.e.), valles, cuencas y ríos, que bien son la cuna en la que se asienta el territorio (Comarca del Bajo Guadalquivir, p.e.), o bien hacen de fronteras naturales entre el territorio y otras zonas (Tierras de Dulcinea, p.e.).

En base a esta identidad cultural, se identifican aquellos productos que reflejan de algún modo u otro esta identidad histórica. Será otorgando la marca de calidad a las empresas que los producen como el territorio proyecte su imagen hacia el exterior. Estas empresas, y los productos que desarrollan, son de muy diversa índole. La base son productos provenientes de la actividad agraria (olivar, cereales, viña, huertas, vergeles, ganadería autóctona – cordero segureño, cerdo ibérico, caballo pura raza española o angloárabe, etc...). Y también

---

2. Se trata de aquellas que aparecen en la propia página web de la Marca de Calidad Territorial: Alpujarra de Granada, Altiplano de Granada; Bajo Martín y Andorra-Sierra de Arcos; Campo de Calatrava; Comarca Amaya Camino de Santiago. Burgos; Comarca Cerrato Palentino; Comarca Comunidad de Calatayud; Comarca de Somontano de Barbastro; Comarca del Aranda; Comarca del Bajo Guadalquivir; Comarca del Desierto; Comarca del Matarraña/Matarranya; Comarca Montesur; Comarca Nororiental de Málaga; Comarca Vaqueira; Condado Jaén; Gestió Sostenible Garrotxa i Collsacabra; La Campiña y Los Alcores; Las Merindades; Los Pedroches; Los Vélez Calidad; Mar de Pinare; Noreste de Soria; Poniente Granadino; Reino de León; Ribera del Duero Burgalesa; Segura Calidad; Sierra del Segura; Tierras de Dulcinea; Tierras de Jiloca Gallocanta; Tierras de Occam; Tierras de Talavera; Tierras del Oeste Salmantino; Valles Pasiegos. Para consultar la ubicación de las mismas, se puede consultar el siguiente enlace: <http://www.calidadterritorial.es/redmct/territorios-calidad-rural.htm> [10/09/14].

de la actividad agroalimentaria, o lo que es lo mismo, de productos transformados tales como embutidos, aceite de oliva, quesos y lácteos, vinos, licores, entre otros. Cabe destacar que la mayoría de los productos respaldados por esta marca de calidad son productos transformados, y que en todos los casos la marca se otorga a las empresas, y no a los productos aislados.

Estas empresas y sus productos, que ostentan el distintivo o marca, son la imagen comercial de unos elementos que son los que se pretenden valorizar. En todos los casos, se utilizan de reclamo para promocionar el atractivo turístico de la zona. Es interesante resaltar que, al ser los propios GAL los grupos que acogen estas asociaciones, y ser estos al mismo tiempo los responsables de gestionar las ayudas recibidas para el Desarrollo Rural de la Unión Europea, en algunos territorios ha habido una intención clara de vincular la marca y los elementos a revalorizar en ella recogidos, con proyectos y acciones de catalogación, rehabilitación y puesta en valor de elementos tangibles de esta identidad cultural.

Los elementos que tratan de preservar a través de este procedimiento mercantil, son de distinta índole. Rescatamos aquí aquellos vinculados al concepto de Patrimonio Agrario que aquí nos ocupa.

Por un lado, se trata de revalorizar **paisajes agrarios**, configurados de tal forma a través de siglos de coevolución entre la actividad agraria del territorio y su entorno natural. Algunos de los paisajes agrarios que se ponen en valor son, a modo de ejemplo, altiplanicies cerealísticas, vegas de marcado carácter hortícola y frutal, olivares de sierra, caracterizados por una orografía abrupta y salpicados por zonas de monte, zonas de dehesas, campiñas cerealistas vinculadas a la conservación de aves esteparias, viñedos o áreas de pastizales pasiegos y praderas.

Asociados a estos paisajes agrarios, se ponen en valor **edificaciones e infraestructuras** asociadas a la actividad agraria desarrollada, construidas en base a materiales autóctonos de las zonas, y con técnicas de construcción tradicionales. Muchas de ellas vinculadas al manejo del agua (embalses, norias, molinos, acequias, pozos, fuentes); del ganado (vías pecuarias, apriscos, cercas); del cereal (eras); de la artesanía agroalimentaria (lagares, bodegas, almazaras de aceite); así como aquellas asociadas a la vida de las personas dedicadas a estas actividades (p.e. masías o cortijos, casas cueva, chozas, neveros, o pueblos de colonización).

En la mayoría de los casos se ponen en valor elementos aún en uso, bien porque se han mantenido en el tiempo, bien porque se han recuperado en épocas más recientes. Si bien, también se trata de poner en valor aquellos restos arqueológicos que existen en numerosos territorios asociados a esta actividad agraria, como pueden ser asentamientos prehistóricos dedicados a la ganadería.

Vinculados a estos elementos materiales que surgen de la actividad tradicional agraria desarrollada en los territorios, se pone en valor la artesanía y los oficios asociados a ella. En todos los casos, basados en materias primas disponibles en el territorio. Así encontramos, por ejemplo, toda la memoria etnográfica asociada al cuero y el mundo ecuestre (cinturones, delantales, sillas de montar y arneses, etc...); al esparto (serones, aguaderas, espuestas, baleos, esteras); la forja; la ebanistería; la alfarería; la tonelería,...

Más allá de estos elementos, en todos los casos se ha hecho un trabajo de recopilación y puesta en valor de las **fiestas y tradiciones folclóricas populares**, en general asociadas a momentos concretos del calendario agrícola y ganadero de cada territorio: romerías veraniegas asociadas al fin de la siega o el ejemplo de la «Fiesta del pan», en Lubrín; «Fiesta de los huevos pintados» (Cañada Rosal); Ferias agroganaderas y agroalimentarias; fiestas asociadas a la matanza del cerdo ibérico (fiestas del fin de la matanza con representaciones teatrales navideñas de carácter alegre en el Valle de los Pedroches; romerías de primavera asociadas a la curación de los productos de la matanza; el día del jamón de Villanueva de Córdoba); fiestas vinculadas con la transhumancia; fiestas patronales asociadas a comidas populares; fiestas de la vendimia, etc. Y acompañando estas fiestas y eventos, las canciones populares asociadas a estos momentos del año (p.e. las canciones populares ligadas a las labores de labranza).

En todas estas fiestas, un elemento importante de recuperación y revalorización es la **gastronomía popular**, generalmente asociada a productos autóctonos de la zona y en las épocas del año de producción de los mismos. Dentro de este elemento patrimonial encontramos una enorme diversidad de posibilidades. Desde pucheros con ingredientes de la zona (ajo colorao, olla de trigo, alboronía, tarbinas,..); pasando por la repostería (pan de higo, calostros, torrijas, dulce de membrillo, papaviejos, tortas de manteca, los suspiros, la torta inglesa,...) Hasta llegar a los platos típicos de la gastronomía de cada comarca (el sopeao, el menudo, las alboronías, el gazpacho de habas, el rabo

de toro, el flamenquín, gachas, migas, duelos y quebrantos, pisto, mojete, caldereta de cordero, puches saladas, atascaburras, carnes de caza...).

## **2.2. Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) e Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP)**

Son procedimientos de revalorización de lo agrario y lo local regulados oficialmente desde la Unión Europea a través del Reglamento (CE) 510/2006 del Consejo, de 20 de marzo de 2006 (sobre protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios). Abordan todo tipo de productos agrarios y alimenticios. En todos los casos son los territorios los que solicitan a los órganos competentes el reconocimiento de esa figura para alguno de sus productos o procesos productivos.

Según datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, en la campaña 2012-2013 había a nivel de Estado español (y repartidos por toda la geografía), cerca de 135.000 personas viticultoras inscritas en alguna DOP, siendo las más numerosas las de la Rioja, La Mancha y Valencia; así como algo más de 4000 bodegas, siendo más abundantes en las DOP de La Rioja, Cava y Ribera del Duero<sup>3</sup>.

Sobre otros productos agroalimentarios, en el estado español, en el año 2012, había un total de 168 DOP e IGP. Las más abundantes son las destinadas al aceite de oliva (p.e. D.O.P. Montoro-Adamuz o la D.O.P. Poniente de Granada), seguida por las de quesos (27) (p.e. D.O.P. Queso de la Serena o D.O.P. Queso de Murcia), hortalizas (23) (D.O.P. Papas Antiguas de Canarias) y frutas (20) (p.e. D.O.P. Chirimoya de la Costa Tropical de Granada-Málaga). Existen DOP para productos tan diversos como: arroz, carnes frescas, embutidos, condimentos y especias, jamones, legumbres, mantequilla, miel, panadería, pastelería y repostería, pescados y moluscos, sidra y vinagres<sup>4</sup>.

---

3. Para un listado completo de las DOP del vino en el Estado español, Cf. [http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/calidad-agroalimentaria/INFORME\\_FINAL\\_DOPs-IGPs\\_2012\\_vs3\\_logo\\_y\\_NIPO\\_%28cambios\\_Extremadura%29\\_tcm7-311616.pdf](http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/calidad-agroalimentaria/INFORME_FINAL_DOPs-IGPs_2012_vs3_logo_y_NIPO_%28cambios_Extremadura%29_tcm7-311616.pdf) [10/09/14]

4. Para un listado completo actualizado de las DPO y las IGP del Estado español, Cf. [http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/calidad-agroalimentaria/INFORME\\_FINAL\\_DOPs-IGPs\\_2012\\_vs3\\_logo\\_y\\_NIPO\\_%28cambios\\_Extremadura%29\\_tcm7-311616.pdf](http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/calidad-agroalimentaria/INFORME_FINAL_DOPs-IGPs_2012_vs3_logo_y_NIPO_%28cambios_Extremadura%29_tcm7-311616.pdf) [10/09/14]

En general, una DOP es el nombre de una región, de un lugar determinado o, en casos excepcionales, de un país, que sirve para designar un producto agroalimentario que cumpla los siguientes requisitos:

- a. Que sea originario de dicha región, lugar o país.
- b. Que su calidad o características se deban fundamental o exclusivamente al *medio geográfico* en el que se produce, gracias a sus *factores naturales y humanos*.
- c. Que su producción, transformación y elaboración se realicen en la zona geográfica delimitada.

Un ejemplo interesante es la DOP «Aceituna Aloreña de Málaga». Las condiciones de esta iniciativa es que la aceituna debe ser de la variedad aloreña y que el aliño con el que se preparan se hace a base de tomillo, hinojo, ajo y pimienta. O también la DOP «Caballa de Andalucía». Estas conservas deben provenir de dos especies concretas de peces (*Scomber japonicus* y *Scomber colias*). El proceso de pelado de la caballa debe ser enteramente manual y tanto éste como el proceso de conservación no pueden emplear productos químicos ni aditivos.

Por su parte, una IGP es similar a la anterior, ya que exige que el producto sea originario de dicho territorio y que posea alguna cualidad que lo vincule al mismo, pero es más laxa ya que no exige que todo el proceso de producción, transformación y elaboración se desarrolle en el territorio, sino que basta con que uno de estos pasos se de en él.

Las personas o entidades productoras que se acogen a estas figuras de protección se comprometen, entre otras cosas, a mantener también ciertos *usos tradicionales en la producción*. Esto dependerá de cada caso, pero en algunos se exige utilizar variedades agrícolas tradicionales de la zona o algún procedimiento de transformación agroalimentaria tradicional.

El número de IGP en el territorio español es mucho menor que las DOP. Existen IGP para distintos tipos de productos, pero no para todos los que presentan DOP. Las IGP existentes abarcan los siguientes tipos de productos: quesos (p.e. la IGP Queso de Valdeón); hortalizas (p.e. IGP Espárrago de Huétor Tájar); frutas (p.e. IGP Melón de la Mancha); carnes frescas (IGP Ternera asturiana); embutidos (p.e. IGP sobrasada de Mallorca); jamones (p.e. IGP jamones de Trevélez); legumbres (IGP Faba asturiana); pastelería y repostería (IGP mazapán de Toledo);

pescados y moluscos (p.e. IGP caballa de Andalucía); y miel (IGP miel de Galicia).

El procedimiento de una DOP y una IGP, al ser públicos, exigen la existencia de un organismo regulador. Su función es evaluar las solicitudes de adhesión y tomar la decisión de autorización o no para exhibir el distintivo establecido.

### 2.3. Alimentos artesanos de Navarra

La cuestión de la artesanía alimentaria también está muy vinculada a los territorios y a modos de transformación de productos agrarios primarios tradicionales y de pequeña escala. Son iniciativas que tratan de reivindicar la tradición, asociada a la pequeña escala, frente a la agroindustria y los productos transformados homogéneos y descontextualizados. Existen iniciativas de certificación de alimentos artesanos en diversas comunidades autónomas, como Andalucía, Castilla y León, Galicia, Navarra, Cataluña,... muy similares entre sí. Como ejemplo de estas iniciativas analizaremos los Alimentos artesanos de Navarra, que cuenta con una regulación pública en esta Comunidad Autónoma, a través de la Disposición Normativa Reguladora de la Artesanía Agroalimentaria de Navarra, recogida en la Resolución del Gobierno de Navarra de 29 de mayo de 2000.

Los objetivos de estas regulaciones son la normalización de los productos artesanos y el establecimiento de un procedimiento de control que permita identificarlos. En esta normalización es donde se establecen los criterios que se asocian y, por lo tanto, se exigen, a los productos alimentarios artesanos.

En general, son iniciativas que tratan de reivindicar y revalorizar lo *tradicional*. De esta manera, regulan que las materias primas así como el proceso de transformación sea lo más parecido posible a lo que se empleaba tradicionalmente. Generalmente, el concepto de tradición va asociado a producto *natural, sin aditivos ni productos de síntesis industrial, y cuya producción es acorde con los ritmos naturales*. En ningún caso de los analizados se entra en regular los lugares de transformación del producto ni los utensilios. Se trata en todos los casos de regular las materias primas utilizadas, y los procedimientos o recetas. Los tipos de productos avalados con la etiqueta de producto artesano de Navarra son: dulces, embutidos y derivados cárnicos, licores, mermeladas, miel, pastas, quesos y sidra.

## 2.4. Especialidad tradicional garantizada (ETG)

Es una marca de diferenciación, ya no ligada a un territorio, sino a unos rasgos diferenciadores, asociados a productos elaborados con *materias primas o con procedimientos tradicionales*. Dentro de esta nomenclatura se encuentran productos agroalimentarios que cuentan con una composición tradicional o bien que han sido elaborados con un modo de producción tradicional. Al igual que las DOP y las IGP, viene regulada desde la Unión Europea (Reglamento 509/2006). Los requisitos establecidos para que un producto sea reconocido como ETG son:

- que esté producido a partir de *materias primas tradicionales*
- que su *composición sea tradicional*
- que su *modo de producción y/o de transformación pertenezca al tipo de producción y/o de transformación tradicional*.

Para ello, debe estar especificada una descripción del método de producción que deben seguir los productores incluidos, cuando proceda, la naturaleza y las características de la materia prima o los ingredientes utilizados y el método de elaboración. En el Estado español, los productos con esta denominación son: el Jamón serrano (con reserva de nombre), la Torta de aceite, la Leche certificada de granja y Panellets (variedad catalana de pastillitos de mazapán con piñones, almendra y avellana).

En los casos existentes, existe una recopilación de testimonios y pruebas del carácter tradicional del producto. En el caso del jamón serrano, por ejemplo, se hace alusión a las primeras referencias escritas de la salazón de la carne de cerdo<sup>5</sup>, que datan de la época romana de finales de s. II a.c., así como a que estas prácticas estaban presentes en la península ibérica ya en aquella época. Se alude a distintos testimonios que dan fe de la antigüedad de estas prácticas en nuestros territorios: los jamones cerretanos de Hispania, que se incluían en la tarifa de precios de Diocleciano y las alusiones del poeta Marcial a los mismos («Del país de cerretanos o manopianos, traedme un jamón, los golosos que se ahíten de filetes»). Se documentan también referencias y alusiones al mismo producto en la literatura de la Edad Media y otras épocas de la historia de la península ibérica.

---

5. <http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/calidad-agroalimentaria/calidad-diferenciada/especialidades-tradicionales-garantizadas/> [10/09/14]

### 3. Las propuestas de revalorización desde los Sistemas Participativos de Garantía agroecológica

La producción ecológica en la Unión Europea está regulada por el Reglamento Europeo 834/2007. Este modo de producción agraria, como plantea la propia Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Ecológica (IFOAM), surge con un espíritu de contrahegemonía a los modos de producción agrarios, industriales y homogéneos, liderados por la Revolución verde a mediados del s. XX. Estos grupos pioneros de la producción ecológica la concebían como un modo integral de manejo de los agroecosistemas, adaptado a los recursos locales disponibles, poco dependiente de insumos externos y respetuoso con los ciclos naturales y las dinámicas de poblaciones de los ecosistemas circundantes. En definitiva, proponían una recuperación de la agricultura tradicional de los territorios, desconsiderada y minusvalorada por las propuestas tecnicistas e industriales de la Revolución verde, y muy vinculada a la cultura y los modos de articulación social del trabajo de cada territorio.

Sin embargo, cuando la Unión Europea regula este modo de producción publica un reglamento que no liga la producción ecológica, en principio, al territorio, a los saberes locales o a las variedades y razas tradicionales. Se limita a exigir una producción no contaminante y no insalubre (lo cual ya es mucho), pero descontextualizándola de los territorios donde se desarrolla.

Ante esta realidad, son numerosas las iniciativas de personas productoras y también consumidoras que tratan de recuperar la visión de la producción ecológica original, como un modo productivo localizado basado en la agricultura tradicional de cada territorio. Y uno de los mecanismos que se ponen en marcha, en algunas de estas iniciativas, para revalorizar estos elementos no considerados en la regulación pública son los Sistemas Participativos de Garantía agroecológica (Cuéllar, 2010).

Estos Sistemas son procedimientos colectivos tanto en su definición como en su desarrollo y ejecución. A través de ellos, distintas iniciativas de producción y consumo ecológicos definen qué elementos quieren revalorizar y proteger de su agricultura local. Y al mismo tiempo establecen los procedimientos a través de los cuales van a estudiar y autorizar o no la adhesión de nuevas personas productoras a las iniciativas. Tanto la definición de criterios y elementos a proteger y

valorizar, como el proceso de evaluación de solicitudes de entrada y de autorización, son horizontales y participativos.

De esta forma, los SPG contribuyen en sus territorios a la revalorización del conocimiento tradicional y de la cultura local a través de dos de sus mecanismos:

- a. Por un lado, los criterios y elementos a proteger y valorizar son definidos por las propias personas habitantes de estos territorios, interesadas en relocalizar la agricultura y la agroalimentación. De esta forma los conocimientos locales y tradicionales están presentes en la propia definición de los criterios a preservar.
- b. Por otro lado, el procedimiento de evaluación y autorización de entrada de nuevas personas a las iniciativas es también colectivo y participativo. Esto rompe con la lógica de las figuras técnicas inspectoras, o de las autoridades o entidades de control, como figuras expertas que dicen a los territorios o a las iniciativas locales lo que tienen que hacer, o les dan las decisiones ya tomadas. Al contrario, tratan de revalorizar las capacidades y los conocimientos locales para reflexionar, debatir y tomar decisiones sobre las personas que van a formar parte de las iniciativas y sus modos de hacer agricultura o producir alimentos. Esto supone un reconocimiento explícito a la importancia de la biodiversidad cultural (Cf. Cocks, 2006) (elemento fundamental para el concepto de Patrimonio Agrario).

A principios de 2014 existían experiencias de SPG consolidadas a todo lo largo y ancho del globo. En algunos contextos cuentan con un reconocimiento legal, es decir, se colocan al mismo nivel que las certificaciones por auditorías técnicas a nivel de generación de confianza. No es el caso de la Unión Europea donde estos procedimientos locales de autogestión y empoderamiento han sido rechazados de manera reiterada desde la discusión del reglamento de la producción ecológica actual (del 2007). Aun así, existen iniciativas de este tipo en Europa en varios países.

IFOAM lleva, desde hace varios años, construyendo una base de datos sobre los SPG activos a nivel mundial<sup>6</sup>. Es una base de datos no sistemática, es decir, no es fruto de un trabajo de investigación realizado por IFOAM a tal efecto. Por el contrario, es una herramienta puesta al servicio de las experiencias de SPG en el mundo para que

---

6. <http://www.ifoam.org/fr/pgs-map>

se inscriban y aparezcan en él, y así, colectivamente, ir construyendo esta base de datos. Esto hace que haya muchas experiencias que no aparezcan en él (hay numerosos países en los que existen experiencias pero de los que no se tienen datos), pero que suponga el único esfuerzo de sistematización de SPG a nivel mundial puesto en marcha hasta ahora.

A nivel de Estado español, existen numerosas experiencias incipientes en diversas Comunidades Autónomas. Con un trabajo más sistematizado, podemos destacar las experiencias desarrolladas por: la Xarxeta en Cataluña; Ecollaures y Aiguaclara en el País Valenciano; algunas de las asociaciones miembro de la FACPE en Andalucía (especialmente activas están el Encinar en Granada, que comparte SPG con el Ecomercado implantado en esta ciudad; y la Borraja, en Sanlúcar de Barrameda, en Cádiz); la Red de productoras y grupos de consumo de Córdoba; entre otras [Figura 1].

Aparte de las experiencias relativamente consolidadas que existen en el Estado español, ha habido procesos de construcción o de indagación en torno a los SPG en casi todas las Comunidades Autónomas. Algunas de las experiencias que conocemos de este tipo de procesos se plasman en el mapa siguiente.



Figura 1: Mapa de algunas de las experiencias de comercialización directa que se han planteado otros modos de generación de confianza, en el Estado español. Fuente: Elaboración propia

Analizando las propuestas que plantean estas iniciativas, observamos aspectos en común relacionados con la revalorización de elementos que podemos considerar parte del Patrimonio Agrario. En los cuadernos de normas de estas iniciativas, se revalorizan y rescatan, a través de recomendaciones, prácticas locales que buscan un aumento en la sustentabilidad de los manejos agronómicos adaptándolos a la realidad local: *recursos locales disponibles y conocimiento tradicional asociado a la producción* (para un análisis de la importancia de estos elementos para la sustentabilidad, Cf. Díaz Diego, 2008). En este sentido, un elemento clave revalorizado por estas iniciativas es la recuperación y uso de las variedades locales, así como de los conocimientos tradicionales asociados a las mismas (para un análisis de la importancia de estos elementos en la construcción de la identidad cultural de los territorios, Cf. Vara y Cuéllar, 2013). Lo original de estas propuestas, no obstante, va más allá de lo que valorizan, que responde a procesos de consenso territorial de los actores implicados. Esta originalidad se complementa en que basan la construcción de confianza en este tipo de producciones a través de la organización comunitaria de las personas interesadas (productoras, consumidoras, figuras técnicas, etc...). En este sentido, abordan la confianza y la garantía como si fuesen un bien comunal, cuya gestión corresponde a la comunidad.

Estas organizaciones sociales establecidas para la gestión de bienes comunales es muy antigua. Forma parte de la cultura y la tradición agraria de la mayoría de las comunidades rurales de nuestros territorios. En este sentido, estos procesos de organización podrían ser considerados como parte de ese patrimonio agrario intangible, pues son elementos sin los cuales no se hubiesen perfilado los medios agrarios actuales de la manera en la que lo han hecho. Entra dentro de lo que la Etnoecología propone, al vincular estrechamente los entornos naturales y paisajísticos, considerados elementos del patrimonio natural, con los manejos humanos (actividades agrarias) asociados a las culturas humanas desarrolladas en esos territorios, y a su coevolución (Reyes y Martí, 2007; Rodrigo, 2008; Kallis y Norgaard, 2010).

#### **4. A modo de conclusión final**

Los aprendizajes y reflexiones que hemos obtenido a partir del análisis de las propuestas presentadas, las queremos dividir en dos apartados claramente diferenciados. Por un lado, abordaremos esta perspectiva

mirando hacia las marcas y los sellos de calidad; y por otro lado, lo haremos en torno a lo aprendido de los Sistemas Participativos de Garantía agroecológica. Son propuestas tan diferentes de raíz, que los aprendizajes y aportes que pueden realizar al Patrimonio Agrario son muy diferentes.

#### **4.1. Sobre las marcas y sellos de calidad**

Si bien el objetivo de los diferentes sellos y marcas de calidad estudiados es el de garantizar las cualidades y calidades de un producto y/o proceso, en este caso productos más o menos elaborados y/o sus procesos de elaboración tradicional o artesanal, y que se pretende facilitar su puesta en valor en el mercado, podemos encontrar en ellos muchas iniciativas y posicionamientos cercanos a lo que consideramos como Patrimonio Agrario.

Quizás la aportación más importante en este sentido sea el reconocimiento explícito de los valores culturales o naturales que disponen muchos de los elementos que confluyen en la generación de estos productos (territorios, paisajes, procesos artesanales, variedades locales, etc.). Aunque este reconocimiento se haga para la construcción de una determinada marca de calidad que le permita posicionarse en el mercado de forma diferenciada y singular, al realizarse sobre todo desde ciertos agentes locales (ayuntamientos, grupos de desarrollo rural, asociaciones, etc.) pone de manifiesto que existe un cierto interés por los valores de dichos bienes, o al menos una cierta valorización de estos valores, ya que en muchas ocasiones es la imagen exterior generada sobre un territorio (las Alpujarras por ejemplo) la que se aprovecha para convertirla en imagen de marca o sello de calidad. Esto al margen del grado de aceptación por parte de la ciudadanía en general, que en todo este proceso parece quedar un poco relegada y sustituida por los agentes productivos y/o económicos.

Otra cosa diferente es si estos valores reconocidos (sobre todo externamente) se basan en contenidos propiamente agrarios y no de otro tipo como valores históricos, arqueológicos, paisajísticos, naturales, etnológicos, etc. En todo caso resulta indudable que la conversión en productos de estos valores es ineludiblemente agraria, aunque sería interesante que la agricultura, la ganadería y la silvicultura aparecieran con más claridad y no tan enmascaradas en términos como rural, tradición, paisaje, naturaleza, etc.

El que el objetivo de estos sellos sea comercial o económico resta obviamente relevancia al proceso de valoración o reconocimiento de los bienes objeto de atención, aunque por otro lado, pone de manifiesto un activo muy significativo en todo este proceso de valoración del Patrimonio Agrario: la importancia de la dimensión productiva. Sólo desde la continuidad de la actividad agraria, en este caso posibilitada y reforzada por el éxito de la comercialización de los productos objeto de los sellos de calidad, podremos preservar los valores culturales y naturales de los bienes agrarios.

No obstante, no podemos dejar de señalar aquí los efectos negativos que tiene (y puede tener) esta delegación en el mercado de la preservación de la riqueza patrimonial de un determinado territorio. Entre los más importantes destacamos: la supeditación de la preservación patrimonial de un bien a su codificación productiva (y no al contrario); la uniformización patrimonial de un territorio (se seleccionan aquellos productos más característicos y que mejor representan la identidad de un territorio, lo cual acaba relegando la variedad y diversidad de cultivos y productos existentes en la zona); y la reducción radical del dinamismo de un territorio al fijar de forma inamovible éste a la producción de un determinado cultivo o producto. El reto desde el Patrimonio Agrario debería ser el de reorientar estas acciones para que se produzca un adecuado reconocimiento de los valores agrarios y evitar actuaciones contraproducentes tanto para los bienes y valores reconocibles, como para el dinamismo y la diversidad del territorio.

La cuestión, en todo caso, es conocer qué tipo de bienes y valores son objeto de reconocimiento y qué medidas se articulan para su efectiva preservación. En este sentido las claves que aportan estas marcas y sellos de calidad son dos: la vinculación del bien (tangibles o intangibles) a un territorio determinado, el cual dispone de valores culturales y naturales reconocibles y reconocidos relacionados fundamentalmente con lo agrario aunque no exclusivamente y, los procesos de elaboración de los bienes tangibles, según los conocimientos y procedimientos tradicionales del lugar, vinculados a la coevolución histórica desarrollada entre el medio natural de un territorio y la identidad sociocultural que lo habita.

En relación a la vinculación con el territorio, existe una gran diferencia entre las marcas de calidad de territorial (que sitúan a la globalidad del territorio como objeto de valoración y, con él, todos los productos

o bienes existentes en el mismo) y las denominaciones de origen y similares (las cuales se centran en el producto y su efectiva vinculación con un determinado territorio). En todo caso adquiere una absoluta relevancia lo local, a lo que se asocian una serie de valores y significados de gran potencia patrimonialista (y de gran valor comercial): pertenencia, identidad, singularidad, diversidad, autenticidad... Especialmente significativo es el de la identidad, que en este caso es entendida no en su relación con la ciudadanía vinculada a un determinado territorio (o con la ciudadanía en general), que es como se suele utilizar este concepto en el Patrimonio Cultural, sino en referencia al propio territorio (y en menor medida al producto en sí), a la identidad del territorio, lo cual permite dotar de singularidad y reconocimiento al producto o marca asociado a dicho territorio.

Aunque existe el peligro de banalización de esa identidad a través de su comercialización (su conversión en muchos casos en los souvenirs de un territorio es más que un peligro una realidad buscada y deseada) no podemos desestimar la potencia simbólica de estos productos que acaban formalizando en un objeto (un queso, por ejemplo) toda la fuerza y valor de un territorio y además con una cualidad añadida, su asociación a una experiencia personal muy grata que se continúa de forma muy vívida tras la visita mientras se degusta el producto. Y que, por último, representa unos modos de hacer, unos conocimientos tradicionales, unas identidades culturales, que ponen rostros humanos a esos productos.

Esta prevalencia de lo local, sin lugar a dudas, se trata de un valor constitutivo del Patrimonio Agrario, ya que la actividad agraria se produce a través del aprovechamiento respetuoso y sostenible de los recursos naturales existentes en un territorio determinado por parte de la comunidad implantada en el mismo. Esta vinculación con lo local es además la que marca la diferencia entre la agricultura tradicional resultado de un proceso de coevolución entre la sociedad local y su entorno biofísico, que es la que consideramos susceptible de protección, y aquella otra industrializada y ajena a los recursos, medios e identidad cultural del lugar en el que se produce.

Pero además de reafirmar valores propios del Patrimonio Agrario, este ineludible localismo supone una importante aportación al concepto (a la consideración y actuación) del Patrimonio Cultural en el que aspiramos a incluir al Patrimonio Agrario. Aunque la vinculación con el medio es una premisa indiscutible de la protección del Patrimonio Cultural

(los bienes inmuebles no se pueden trasladar de sitio, se protegen ciudades y territorios históricos...), el reconocimiento patrimonial de los bienes agrarios otorga a esta dimensión local una relevancia y prevalencia en la valoración de los bienes culturales que ahora no tiene, muy presididos por la jerarquización en las escalas territoriales (cuanto más amplia más valor) y dimensión universalista. Esto se ve reforzado si tenemos en cuenta que los valores de diversidad, diferenciación o singularidad, también presentes en el patrimonio cultural (aunque por culturas y pueblos), adquieren con los bienes agrarios una potencia inusitada al basarse en gran medida en el patrimonio intangible, donde la diversidad de formas de elaboración y consumo (la gastronomía) es altísima, de ahí su potencia como producto comercial.

La importancia de la dimensión patrimonial que observamos en los sellos y marcas de calidad que vamos comentado (y que lo hacemos sin olvidar en ningún momento las limitaciones y peligros que se derivan de su prioritaria condición comercial o productiva) es extensible también a la visión integral que aportan de los bienes agrarios. Más en el caso de las marcas de calidad territorial, aunque también presentes en el resto de sellos, la normalización del proceso productivo de un determinado cultivo o producto elaborado implica siempre efectos múltiples sobre otros bienes y valores: utensilios e instrumentos, lugares donde se produce la elaboración del producto, espacio agrario donde se cultiva, conocimiento asociado a esta producción, variedades locales y semillas, fiestas y celebraciones, etc. En definitiva, el reconocimiento y preservación de un determinado producto implica siempre la extensión de dicho reconocimiento a todos los elementos y bienes que intervienen en este proceso. Esto es lo que se denomina visión integral del bien y que es consustancial al concepto de Patrimonio Agrario, lo cual a su vez deriva del hecho de situar el proceso productivo (la elaboración de un queso, por ejemplo) como el verdadero objeto patrimonial.

Junto a lo local, el otro gran valor patrimonial es lo tradicional, la preservación y reproducción de los procedimientos tradicionales de cultivos y elaboración de productos; condición ésta que inevitablemente requiere de un procedimiento técnico artesanal, lo que excluye los procesos industrializados o mecanizados.

Sorprenden, queremos subrayarlo, las posibilidades comerciales y económicas que tiene lo tradicional y que está en la base del éxito creciente de estos sellos de calidad. Esto significa que la protección de

los bienes agrarios que defendemos desde el concepto de Patrimonio Agrario, y que se asientan en este concepto de agricultura tradicional y/o histórica, tienen una base social (de reconocimiento en definitiva) muy importante, lo cual contrasta con el recelo que generalmente se suele mostrar ante el concepto de Patrimonio Agrario. Esto en cierta manera se explica si tenemos en cuenta que estos conceptos de tradicional y artesanal se han orientado más hacia el proceso productivo (elaboración de quesos, aceites, vinos, conservas, etc.) que a la propia actividad agraria, a la cual no ha llegado con claridad el concepto de tradicional o artesanal y menos la caracterización de dicha condición.

Con independencia de estas referencias a la agricultura tradicional, quisiéramos señalar que el tipo de bienes objeto de reconocimiento y valoración a través de estos sellos y marcas son fundamentalmente de tipo inmaterial, ya que lo valorado, codificado y comercializado son conocimientos y técnicas tradicionales de cultivo y, sobre todo, de elaboración de productos. Si lo observamos desde la perspectiva del Patrimonio Agrario, es decir desde la protección efectiva de los bienes culturales agrarios, este proceder resulta importante, ya que una de las carencias que tiene la protección del patrimonio inmaterial en general (bailes, romería, etc.) es cómo fijar de forma permanente estas prácticas sin producir su parálisis pero garantizando su autenticidad. En este caso, nos encontramos ya con un ejercicio de normalización interesante, que puede servir de referencia para determinar criterios y mecanismos de protección de todo tipo de bienes agrarios, especialmente la propia actividad agraria tradicional en un determinado espacio. No obstante, habrá que profundizar más en la incorporación de la dimensión tangible y espacial de estas formas de producción artesanales para hacer real y efectiva la protección de la dimensión integral que subyace en la filosofía de estos sellos de calidad, sin paralizar ni fosilizar el devenir dinámico inherente a esta actividad.

#### **4.2. Sobre los Sistemas Participativos de Garantía agroecológica**

Los SPG pretenden generar procesos de articulación social y de apoyo mutuo alrededor de la producción y el consumo alimentarios sostenibles, desde una perspectiva agroecológica. Y en este proceso, encontramos propuestas muy rescatables e importantes para el tema que nos ocupa.

Quizás la aportación más importante en este sentido sea que el reconocimiento explícito de esos valores culturales o naturales que hemos rescatado para el concepto de Patrimonio Agrario se basan y se construyen desde redes y articulaciones sociales en torno a la alimentación y la actividad agraria. Esto pone de manifiesto claramente que en las redes sociales donde se desarrollan existe un alto grado de concienciación sobre los valores de dichos bienes o al menos de asimilación o apropiación de los mismos. Por otro lado, estos valores en estos procedimientos sí que se basan en contenidos propiamente agrarios y agroalimentarios, siendo la agricultura, la ganadería, la silvicultura y la alimentación las bases para sus principios.

En relación a la vinculación con el tejido social y civil de los territorios, existe una gran diferencia con respecto a las marcas de calidad territorial y las denominaciones de origen y similares, que resulta muy interesante con vistas a la construcción del concepto de Patrimonio Agrario. Los SPG sí anclan tanto su propuesta de revalorización como el procedimiento para llevarlo a cabo en la base social del territorio donde se desarrollan. No es tanto reflejar la globalidad del territorio como objeto de valoración y, con él, todos los productos o bienes existentes en el mismo, como hace la marca territorial, o centrarse en determinados productos estrella que se vincularán al territorio, como hacen las DOP, IGP, y otros. Los SPG plantean ese reconocimiento del Patrimonio Agrario desde los territorios, en base a las relaciones y vínculos entre las distintas personas participantes en la actividad agraria y la alimentación en el territorio. Y no se trata de administraciones o instituciones locales, sino personas y grupos sociales interesados por los bienes y valores que subyacen detrás de la actividad agraria y alimentaria sostenible de sus territorios. A su vez, no se trata de articulaciones sociales creadas con el fin de gestionar fondos públicos, sino que se trata de redes de personas y grupos que se establecen con el fin de garantizar que la producción agraria y alimentaria que se desarrolla en sus territorios y que apoyan responde al respeto y valorización de estos bienes tangibles e intangibles que hemos rescatado aquí como componentes del Patrimonio Agrario.

Así pues, en el caso de los SPG, lo local es especialmente relevante al ser procedimientos que se construyen desde este ámbito y para el mismo. Por lo que las personas que se implican compartirán, de manera inherente a la propia idea de los SPG, elementos de pertenencia, identidad, singularidad, diversidad, autenticidad, etc.

Esta gestión colectiva no institucionalizada de lo que se quiere valorar y del procedimiento para hacerlo, sin un único fin comercial ni institucional sino múltiple (por la diversidad de personas que se implican en ellos), hace que no exista un riesgo de banalización de la identidad que les une por objetivos de comercialización. El modelo de toma de decisiones y de gestión plantea, además, la valorización y visibilización de este Patrimonio Agrario en los territorios desde una gestión colectiva de la protección del mismo, es decir, a través del desarrollo de mecanismos que construyen un preciado bien intangible: la confianza entre todas las personas participantes.

Los SPG garantizan, por su funcionamiento, esa visión integral del territorio, de su coevolución con el medio biofísico y la identidad cultural local. Reflejan pues los criterios que se establecen, de manera consensuada, sobre los modos de producción. Criterios que implican otros bienes y valores más allá de los productos que se obtienen de manera directa. Así, es habitual en los SPG valorar y fomentar la recuperación de utensilios e instrumentos tradicionales, de lugares de elaboración de los productos, de los paisajes agrarios, de los conocimientos asociados a esta producción, de las variedades locales y semillas, etc.

Para participar en este sistema se necesita convicción (y vocación) sobre los principios que supone practicar y apoyar una actividad agraria y alimentaria basada en valores y no sólo en productos (Cuéllar, 2010). Este proceder, que obviamente se corresponde con un movimiento social, ambiental, económico y cultural mucho más profundo que es el que representa la Agroecología (Altieri, 1999; Cuéllar y Sevilla, 2013), tiene una gran importancia en cuanto que vuelve a remarcar los grandes y elevados valores que siempre han tenido la Agricultura o la Ganadería, tal y como ha quedado reflejado en las cosmovisiones o sistemas de valores de todas las culturas y civilizaciones hasta la revolución verde y que nos gustaría simbolizar en la máxima de Cicerón «La agricultura es la profesión propia del sabio, la más adecuada al sencillo y la ocupación más digna para todo hombre libre» (obviando el sesgo de género).

Esta apelación a la confianza, a los mejores valores de las personas, supone en todos los territorios un filtro automático a estas iniciativas, donde sólo aquellas personas que comparten estos valores, y están dispuestas a implicarse el nivel que los SPG exigen, tendrán cabida. Esta es, sin duda, la otra cara de estas propuestas que tomamos

como referentes. La convicción requerida a las personas implicadas en los SPG hace que sean mecanismos en los que sólo aquellas con estas visiones participarán en su construcción. Son, evidentemente, mecanismos no extrapolables ni planteables en cualquier contexto, ni para cualquier persona. Sólo donde se generen, de manera voluntaria, serán una fuerza motriz de revalorización y de protección del Patrimonio Agrario de los territorios muy importante.

Por esta visión integral y agraria que suponen los SPG, los conceptos de tradicional y artesanal que se manejan en estas experiencias van orientados tanto a la actividad agraria en sí, como a la artesanía agroalimentaria. Se manejan conceptos compartidos como agricultura tradicional, agricultura campesina. Estos conceptos se definen, por un lado a partir de referencias concretas en torno a lo que se entiende por modos de producción ecológicos, y por otro lado a partir de elementos que definan la utilización y respeto de las formas de manejo tradicionales, que implican numerosas actividades y elementos materiales e inmateriales: sistema y forma de riego, siembra, laboreo, abonado, recogida, tratamientos de restos y residuos, lucha contra las enfermedades y depredadores, etc.

No obstante, el objeto de estas iniciativas no es proteger para el fin de la conservación; se trata de proteger para garantizar la sostenibilidad de esta actividad agraria y agroalimentaria. Es decir, plantean un gran reto al concepto de Patrimonio Agrario, que se centra en cómo valorizar y proteger sin fosilizar ni uniformizar. Es decir, por un lado, sin estancar los procesos de innovación que se han producido y se producen de manera intrínseca a la propia actividad agroalimentaria artesanal y tradicional. Y, por otro lado, sin homogeneizar ni los elementos a reconocer, ni los procesos a través de los cuales identificar y declarar de bienes patrimoniales agrarios en los territorios.

Así, pues, y tomando el ejemplo de los SPG, se trataría más bien de establecer una bases diferenciadoras claras de lo que entendemos por actividad agroalimentaria tradicional, basadas en la sostenibilidad y el respeto a las identidades naturales y culturales de los territorios, y sobre lo cual hemos esbozado algunas ideas extraídas de las experiencias analizadas. Y además, de respetar que, donde existan o proliferen articulaciones sociales en torno a la alimentación y el territorio (al estilo de los SPG), respetar que sean estas quienes definan sus propios procesos de revalorización, reglamentación y reconocimiento. De esta manera, evitamos caer en procesos de normalización estricta

y detallada que conllevan la paralización y homogeneización de una actividad dinámica y fundamental en los territorios vivos como es la agroalimentaria.

## Bibliografía

- ALTIERI, M.A. (1999). *Agroecología, bases científicas para una agricultura sustentable*, Montevideo: Ed. Nordam Comunidad.
- CABUS, P. (2001). «The meaning of local in a global economy», *European Planning Studies* 8, Vol. 9, pp. 1011-1038.
- CABUS P. VANHAVERBEKE W. (2003). *Towards a neo-endogenous rural development model for the Flemish countryside*, Pisa: Regional Studies Association International Conference.
- CAPORAL, F. (1998). *La extensión agraria del sector público ante los desafíos del desarrollo sostenible: el caso de Rio Grande do Sul, Brasil*, Córdoba: Universidad de Córdoba.
- COCKS, M. (2006). «Biocultural Diversity: Moving Beyond the Realm of 'Indigenous' and 'Local' People», *Human Ecology* 2, Vol. 34, pp. 186 – 200.
- CUÉLLAR PADILLA, M. (2010). «La certificación ecológica como instrumento de revalorización de lo local: los Sistemas Participativos de Garantía en Andalucía», *PH Cuadernos 26, Patrimonio Cultural en la nueva ruralidad andaluza*, pp. 284-295.
- CUÉLLAR-PADILLA, M. y CALLE-COLLADO, A. (2011). «Can we find solutions with people? Participatory Action Research With Small Organic Producers In Andalusia», *Journal of Rural Studies* 27, pp. 372-383.
- CUÉLLAR-PADILLA, M. y SEVILLA-GUZMÁN, E. (2013). «La Soberanía Alimentaria: la dimensión política de la Agroecología», en M., Cuéllar; D. Gallar y A. Calle (eds.), *Procesos hacia la Soberanía Alimentaria. Perspectivas y Prácticas desde la Agroecología política*, Barcelona: Ed. Icaria, pp. 15-32.
- DÍAZ DIEGO, J. (2008). «Antropología y Diversidad Cultivada: Experiencias en Torno a la Biodiversidad Tradicional en el Sur de Extremadura, España», *Ecological and Environmental Anthropology* 1, Vol. 4, pp. 13 – 27.
- ESCOBAR, A. (1995). *Encountering development: The Making and Unmaking of the Third World*, Princeton: Princeton University Press.
- KALLIS, G., NORGAARD, R.B. (2010). «Coevolutionary ecological economics», *Ecological Economics* 69, pp. 690-699.
- PRETTY, J.N., (1995). «Participatory learning for sustainable agriculture», *World Development* 23, vol. 8, pp. 1247-1263.

- RAY, C. (2001). *Culture economies: A perspective on local rural development in Europe*. Newcastle: Centre for Rural Economy.
- REYES GARCÍA, V. y MARTI SANZ, N. (2007). «Etnoecología, punto de encuentro entre naturaleza y cultura», *Ecosistemas* 3, Vol. 16, pp. 45-54.
- RIST, S., CHIDAMBARANATHAN, M., ESCOBAR, C., WIESMANN, U. y ZIMMERMANN, A. (2007). «Moving from sustainable management to sustainable governance of natural resources: the role of social learning processes in rural India, Bolivia and Mali», *Journal of Rural Studies* 23, pp. 23-27.
- RODRIGO, F. (2008). *Naturaleza, ruralidad y civilización*, Madrid: Editorial Brulot.
- THOMAS, C. y SORIANO, J. (2010). *Canales cortos de comercialización de productos ecológicos como oportunidad para la conservación y utilización de recursos genéticos hortícolas*, Lleida: Actas del IX Congreso SEAE de Agricultura y Alimentación Ecológica, octubre 2010.
- TOLÓN, A. y LASTRA, X. (2009). «Los alimentos de calidad diferenciada. Una herramienta para el desarrollo rural sostenible», *Revista electrónica de Medio Ambiente* 6, pp. 45-67.
- VARA-SÁNCHEZ, I. y CUÉLLAR-PADILLA, M. (2013). «Biodiversidad cultivada: una cuestión de coevolución y transdisciplinariedad», *Revista Ecosistemas* 22, vol. 1, pp. 1-5.
- WARD, N.; ATTERTON, J.; KIM, T., Lowe; P., PHILLIPSON; J. y THOMPSON; N. (2005). *Universities, the Knowledge Economy and «Neo-Endogenous Rural Development*, Discussion Paper Series N°1, Newcastle: Centre for Rural Economy.