



IMPORTANCIA DE LA PRODUCCIÓN ALIMENTARIA CON CALIDAD DIFERENCIADA EN EL DESARROLLO DE LOS TERRITORIOS RURALES¹

Encarnación Aguilar-Criado

Universidad de Sevilla

Santiago Amaya-Corchuelo

Universidad de Cádiz

Carmen Lozano-Cabedo

UNED

Resumen

En este capítulo, se analiza el tema de los productos agrarios cuya calidad diferencial está vinculada a un determinado territorio. Se comienza, en primer lugar, analizando los cambios experimentados en los modelos productivistas de la agricultura, y las nuevas orientaciones de la agricultura hacia la calidad alimentaria. En segundo lugar, se analizan los vínculos entre «producto» y «territorio», como elemento de diferenciación de unos productos que incorporan como valor añadido la territorialidad, la identidad cultural, la historia y la sostenibilidad ambiental, y que contribuyen al desarrollo de las áreas rurales. En tercer lugar, se estudia el tema de la certificación, mostrando su complejidad y algunas paradojas. La conclusión es que este valor añadido dota a estos productos de ventaja competitiva para circular en los mercados globales y responder a las aspiraciones de muchos consumidores del siglo XXI.

Abstract

This chapter features an analysis of the issue of farm products whose differential quality is tied to a specific territory. It starts with a review of the changes seen in farm production models and the new trends in agriculture that put a primacy on food quality. Second is an analysis of the linkage between «product» and «territory», as a factor differentiating certain products whose added value depends on that territoriality, cultural identity, history and environmental sustainability, and which contribute to the development of rural areas. The third part takes up the issue of certification, revealing its complexity and certain paradoxes. The conclusion is that this added value gives these products a competitive advantage for circulating in global markets and responding to the aspirations of many 21st century consumers.

1. Introducción

El desarrollo experimentado por Europa occidental tras la Segunda Guerra Mundial exigió un fuerte proceso de tecnificación de la actividad agraria para aumentar la productividad y asegurar el abastecimiento alimentario a una población en constante crecimiento. La denominada Revolución Verde, basada en la mejora vegetal y el uso masivo de los agroquímicos, dio impulso a una «nueva» agricultura, que fue sustituyendo a las formas tradicionales de producción (Hervieu, 1997).

¹ Este texto es el resultado de distintos proyectos de investigación del Plan Nacional de Investigación que la profesora Aguilar-Criado ha liderado en los últimos años, y en el que han participado, entre otros, los demás autores de este artículo. Los ejes temáticos han sido la calidad agroalimentaria y la nueva ruralidad, concretada en diversos estudios sobre varios productos con marcas de calidad como aceite de oliva, jamón ibérico, queso, cordero, chorizo y vino. Entre esos proyectos cabe destacar *Territorio, calidad e innovación: el diseño de la nueva ruralidad* (SEJ2007-63537/SOCI); *Las indicaciones geográficas como estrategia de desarrollo territorial: la experiencia española y brasileña* (Programa hispano-brasileño de cooperación PHB2008-0043-PC); *La producción de calidad: nuevas estrategias rurales para nuevos consumidores* (CSO2010-22074-C03-01) y *Las marcas de calidad en el mundo rural: nuevos retos para productores y consumidores* (CSO2013-42468-P). Los autores de este artículo agradecen a los demás miembros de este equipo su contribución a estos resultados, sobre todo a Ignacio López Moreno, Paula Felizón y Mario Fernández Zarza.

Surgieron nuevas formas de organización productiva, y la agricultura pasó a ser proveedora de materia prima para un sector agroindustrial que, a partir de los años 1960, se convertiría en el eje de la producción de alimentos. La posición subordinada de la agricultura fue intensificándose conforme el sector de la distribución iba adquiriendo mayor importancia por su capacidad para controlar las condiciones de calidad y el precio de los productos (Buck *et al.*, 1997; Sanz Cañada, 2002). La producción de alimentos quedaría integrada, desde entonces, en el ámbito de la gran industria y en un escenario cada vez más alejado de los consumidores.

El final de la década de 1990 significa el inicio de una nueva etapa de modernidad en el área de la alimentación, una etapa marcada por la creciente sensación de inseguridad de los consumidores respecto a los alimentos (Díaz y Gómez Benito, 2005). A ello contribuyeron diversos acontecimientos sanitarios ocurridos en el sector ganadero, como la enfermedad de las *vacas locas* (1996), la de la dioxina de los pollos (1999) o la listeriosis (2019), cuestionando los modelos intensivos de producción y el papel de las grandes cadenas de producción, elaboración y distribución de alimentos.

2. La nueva ruralidad y la calidad territorial como respuesta

Previamente, los sistemas intensivos de producción agraria ya habían comenzado a mostrar diversas externalidades negativas en el medioambiente, debido, sobre todo, al uso masivo de fertilizantes y plaguicidas, a la creciente especialización productiva y a la expansión de los monocultivos. También comenzaron a surgir algunas contradicciones en el ámbito económico de la UE, como la aparición de los primeros excedentes agrícolas en algunos sectores o la exigencia de inversiones cada vez más elevadas para seguir el ritmo de la modernización y difíciles de asumir por los titulares de las pequeñas explotaciones. En ese contexto, se produciría también el auge de los agronegocios, ligados a las firmas multinacionales.

La gestión de esas contradicciones y externalidades negativas constituyó uno de los grandes retos que tuvieron que afrontar las políticas europeas en el cambio de centuria, dando lugar a un cambio de paradigma en materia de desarrollo rural y agrario. Así, frente a la visión sectorial (agraria), economicista y unilineal que había predominado en la etapa productivista, los espacios rurales comenzaron a percibirse desde una perspectiva más amplia, contemplando la multiplicidad de funciones que pueden desempeñar y abarcando aspectos tan diversos como la protección del medioambiente, la producción de alimentos de calidad territorial o la dimensión residencial, recreativa y de ocio (Cloke *et al.*, 2006). La noción de *nueva ruralidad* define esta nueva orientación de los espacios rurales hacia el paradigma de la multifuncionalidad.

En unos espacios rurales cada vez más globalizados, el vínculo entre *producto y territorio* se erige en un elemento de calidad diferenciada para muchos productos alimentarios. El origen local de unos alimentos que incorporan nociones de identidad cultural, historia y sostenibilidad ambiental, se convierte en el valor añadido que dota a estos productos de ventaja competitiva

para circular en los mercados globales y para responder a los nuevos valores de la sociedad del siglo XXI.

El aumento de las marcas de calidad diferenciada constituye, por tanto, un fenómeno ligado a las nuevas funciones de los espacios rurales y a las nuevas demandas de los consumidores (Lash y Urry, 1998). Eso explica que la promoción de dichas marcas se haya convertido en uno de los principales objetivos de la UE en la medida que enlaza con el enfoque territorial que se incorporaría a la PAC con la reforma de la Agenda 2000 (O'Connor *et al.*, 2006).

Esta nueva concepción del «territorio», que, de mero soporte de actividades se convierte en un recurso para el desarrollo (Esparcia y Escribano, 2012), resulta crucial para entender la potencialidad de los productos con anclaje territorial, siendo un tema central en las numerosas iniciativas de los programas europeos *Leader* y *Proder* (López-Moreno *et al.*, 2016; Pérez-Chueca y Aguilar-Criado, 2013; Quiñones *et al.*, 2016; Rubio, 2010).

La expansión de los *productos agroalimentarios de calidad* asociados a territorios concretos da lugar a un cambio de imagen de *lo rural* que, gracias a este tipo de productos, aparece asociado a valores como *calidad, naturaleza, tradición e historia* (Fernández-Zarza *et al.*, 2018). Los espacios rurales pasan a situarse en el centro de las reivindicaciones contemporáneas convirtiéndose en objetos de consumo para amplios sectores de la población (Expeitx, 1996). En realidad, esta nueva forma de percibir los territorios rurales es consecuencia de la crisis del paradigma productivista basado en la lógica de la cantidad y la eficacia productiva, y 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.

La expansión de los alimentos de calidad territorial se debe también a los cambios operados en las pautas de consumo de las sociedades postindustriales, desde un modelo de consumo de masas a otro diferenciado, en el que ya no se priman los productos homogéneos e indiferenciados, sino aquellos que incluyen algún tipo de atributo distintivo. A ello contribuye también la existencia de consumidores cada vez más preocupados por comer de forma saludable tras los escándalos sanitarios a los que ya hemos hecho mención (Escobar-López *et al.*, 2019). Todo ello explica que el vínculo entre alimentos, salud y naturaleza aparezca íntimamente ligado a las nuevas funciones de los espacios rurales y sea objeto de las nuevas orientaciones de las políticas europeas de desarrollo rural (Díaz, 2005).

En un contexto marcado por la paulatina estandarización de los alimentos, cuyo origen y composición se desconocen o se pierden en el proceso de elaboración y transformación, es un hecho que los productos de calidad territorial se erigen, en la actualidad, como productos más seguros (Lozano-Cabedo y Aguilar-Criado, 2012), en la medida que se garantiza su trazabilidad. Son alimentos que aparecen ligados a un ecosistema concreto, a un saber-hacer, a variedades tradicionales, o una trayectoria histórica específica. El consumo de estos productos supone, además, una forma de *saborear* la naturaleza (Lozano-Cabedo, 2011), 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.

Entre los *sellos* que garantizan la calidad de estos productos han adquirido especial relevancia las *Denominaciones de Origen Protegidas* (DOP) y las *Indicaciones Geográficas Protegidas* (IGP), unas certificaciones que aseguran la vinculación del producto con un determinado territorio. También tienen una significativa importancia otras certificaciones, como la *Producción Ecológica* (AE) y la *Agricultura Integrada* (AI), que garantizan que el producto se ha obtenido mediante métodos de producción específicos que eliminan o reducen, respectivamente, la utilización de insumos químicos o sintéticos (Garrido y Moyano, 2004).

A partir de estos sellos o marcas de calidad de rango europeo, se ha desarrollado también una amplia gama de certificaciones de carácter regional o local, que son reconocidas institucionalmente y que subrayan la vinculación del producto con su territorio.

3. Territorializando los alimentos: las *Indicaciones Geográficas de calidad*

La protección de los atributos de calidad asociados al origen geográfico de los alimentos tiene una larga trayectoria en la región mediterránea. De hecho, su regulación surgió en el sur de Europa a partir de la segunda década del siglo XX, para salvaguardar de copias e imitaciones las especificidades que poseían los vinos producidos en determinadas zonas. España se incorporó a este proceso en 1932 con un Decreto en el que se establecía la figura de las DOP, en principio solo aplicable al vino, aunque a partir de 1970² se establecieron disposiciones para que esta certificación pudiera englobar a otros productos, como aceite de oliva, queso y jamón curado (Gómez y Caldentey, 1998; Pizarro, 2021).

Con el tiempo se fueron aprobando diferentes normativas nacionales para la regulación de la variedad de certificaciones que estaban proliferando con grados diversos de protección. Esa diversidad llevó a la UE a fijar, en 1992³, un marco legal común para los EE. MM. y a establecer las dos figuras de referencia ya citadas: la DOP y la IGP, a la que se incorporará posteriormente la figura de la ETG (Especialidad Tradicional Garantizada) (Pizarro, 2021).

La diferencia entre estas tres certificaciones estriba en el grado de vinculación con el territorio. 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 solo se les exige que los lazos con el territorio estén presentes en una de esas tres etapas. En el caso de las ETG solo se refieren al carácter de la materia prima y a la elaboración tradicional del producto.

² 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*».

³ El Reg. 2081/92 del Consejo sobre protección de indicaciones geográficas y denominaciones de origen para productos agrícolas y alimenticios, y el Reg. 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 Reg. 510/2006 y 509/2006, siendo los que desarrollan los criterios de registro de las denominaciones de calidad de las producciones agroalimentarias no vínicas.

Lógicamente, los países que ya tenían una regulación propia tuvieron que adaptarse al marco europeo comunitario y establecer equivalencias entre las figuras ya existentes y las establecidas por la UE⁴.

Estas certificaciones vienen a ratificar, por tanto, el vínculo que estos productos mantienen con su entorno territorial, convirtiéndose en su elemento distintivo. Es a partir de esta relación singular con el territorio, como el producto agroalimentario incorpora las características específicas del lugar, tanto las que provienen de factores naturales (y que derivan de su ecología o su clima), como de factores humanos (unas técnicas, un *saber-hacer* y unos conocimientos tradicionalmente ligados a la zona y sus habitantes).

La suma de estos elementos tangibles e intangibles conforman los atributos requeridos para alcanzar la cualificación requerida por la ley. Asimismo, es importante subrayar que lo específico de estas certificaciones de calidad es que no solo defienden los intereses de los consumidores, al garantizarles que el producto que consumen integra un conjunto de características predefinidas, sino también de los productores, al asegurarles el monopolio en la utilización de la reputación asociada al mismo (Barco, 2007; De La Calle, 2002).

Otro de los sellos de calidad que posee una larga trayectoria en España es el de la agricultura ecológica, siendo nuestro país uno de los primeros de la UE en regular este sistema de producción. Así, a finales de los años 1980, se reconocía la denominación genérica de *Agricultura Ecológica* para los productos en cuya producción, elaboración y conservación no se hubieran empleado productos químicos de síntesis⁵. Esta normativa tuvo que adaptarse, en 1991, al Reg. 292/91 *sobre producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios*, en el que se determinaban 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 lo que, entre otros factores, ha permitido que España sea, en la actualidad, el tercer país a nivel mundial en superficie de producción ecológica y el primero a nivel europeo (Willer *et al.*, 2021).

Sin embargo, la principal amenaza al desarrollo de los productos de calidad territorial proviene del proceso de *convencionalización*, es decir, la entrada del *agribusiness* en el sector agroalimentario (Guthman, 1998). Así, las grandes empresas han comenzado a incluir, en sus estrategias de marketing, algunos de los referentes atribuidos a los alimentos localizados: *natural, bio, de calidad, elaboración artesana, casera*, etc. para diferenciar sus productos y ajustarse a las demandas del consumidor.

Lógicamente, este fenómeno supone un claro riesgo para los sellos de calidad ya que sus rasgos intrínsecos, aquéllos que los dotan de singularidad, se utilizan para publicitar productos estandarizados, perdiendo con ello su valor añadido. Además, dichas corporaciones están

⁴ La Orden de 25 de enero de 1994 del MAPA precisa la correspondencia entre la legislación española y la europea en materia de protección de los productos agroalimentarios, estableciendo la equivalencia entre *Denominación de Origen* y *Denominación de Origen Protegida* y entre *Denominación Específica e Indicación Geográfica Protegida*.

⁵ Este Reglamento fue, posteriormente sustituido por el Reg. (CE) nº 834/2007, y más tarde se ha aprobado el Reg. (UE) 2018/848 sobre producción ecológica y etiquetado de los productos ecológicos.

comenzando a dominar los aspectos más lucrativos de este tipo de agricultura, es decir, el proceso de comercialización y venta del producto. Es esta una situación que está propiciando que se reproduzca, en este sector, el sistema ya imperante en la producción convencional, lo que puede reducir la autonomía de los agricultores y anular las externalidades positivas (económicas, ecológicas, sociales y culturales) asociadas a los alimentos de calidad diferenciada (Marsden *et al.*, 2000).

En esta línea, algunos autores (Alrøe *et al.*, 2006) se preguntan si la orientación de muchas de las producciones ecológicas hacia la exportación contribuye o no al desarrollo rural sostenible. Piensan que esa orientación supone en la práctica un mayor gasto energético, genera problemas ambientales, perpetúa la desvinculación entre productor y consumidor y fomenta que los productos ecológicos alcancen altos precios en el mercado por la presencia de intermediarios.

4. Las marcas de calidad y sus paradojas

Más allá del citado proceso de *convencionalización*, existen otros problemas, derivados de la complejidad de los procesos de implantación de las marcas de calidad. Podemos decir que estos procesos son polivalentes, en la medida que suponen tanto un espacio de concertación entre productores e instituciones, como un ámbito de expresión de poder y conflicto entre intereses de distinto signo. Son, además, procesos muy complejos en los que los actores involucrados tienen que construir un proyecto colectivo para re-pensar y re-diseñar el producto a etiquetar (Marsden y Smith, 2004), lo que significa elaborar una normativa que lo defina y lo singularice.

Este proceso puede aumentar la cohesión y sinergia entre algunos actores del territorio (Lozano-Cabedo y Aguilar-Criado, 2012), pero también puede excluir a aquellos otros que formaban parte del sistema previo de elaboración del producto —ya sea por su incapacidad de asumir los costes de transformación o por disconformidad con el nuevo sistema— y que, con la nueva legalidad, se ven desposeídos del capital simbólico que su producto tenía al ser legalmente monopolizado por el nuevo sello.

La creación de un sello de calidad conlleva la creación de un cuerpo normativo y un marco institucional de gobernanza para regular las características del producto y controlar su cumplimiento. Es un escenario inevitablemente restrictivo por cuanto que implica seleccionar determinadas materias primas y técnicas preexistentes, así como acotar unos determinados límites territoriales, definiendo así las características consustanciales a la certificación de la nueva marca. Es claro que todo esto limita los usos y manejos tradicionales y genera nuevas relaciones de poder entre los actores implicados (Ménard, 1990; Wilkinson, 1997), dando lugar a cambios sociales en los territorios.

Las dinámicas de «inclusión» y «exclusión» son consustanciales a los procesos de certificación de la calidad, por cuanto conllevan prohibición y homogeneización de determinadas prácticas y saberes locales, implicando también una pérdida de la diversidad cultural (Bowen y de Master, 2011). El resultado es un nuevo producto, creado a partir de una eficiente com-

binación entre la tecnología tradicional y las innovaciones técnicas y sanitarias modernas; un producto que, además, utiliza el discurso de la tradición y su anclaje territorial como parte sustancial de su atractivo comercial. Hemos de tener en cuenta que la construcción de este proceso supone invertir capital, tiempo y energía por todos los actores involucrados. Dada la creciente jerarquización entre productores y distribuidores de las actuales cadenas alimentarias (Massot, 2012), veremos cómo el aumento del coste final del producto determinará la diversificación de las estrategias adoptadas por los pequeños productores para hacer frente al nuevo escenario.

Alcanzar la certificación de los sellos de calidad supone someter los procesos de producción a estrictos sistemas de regulación. Los *Consejos Reguladores* supervisan la calidad del producto a partir de un complejo sistema de certificación que permite garantizar su trazabilidad. Por ejemplo, en la DOP del jamón ibérico de bellota se estipulan las características de la raza del cerdo, la edad de los animales y su alimentación, el periodo de curación de sus derivados y los métodos de elaboración permitidos. Se seleccionan así determinadas características del modelo tradicional de producción del cerdo ibérico de *montanera*⁶ sobre la base de los parámetros establecidos por la UE para las DOP (Amaya-Corchuelo y Aguilar-Criado, 2012).

Esta precisa combinación entre tradición (usos, manejos y saberes locales) e innovación y requerimientos tecnológicos (de higiene y salubridad) es otro de los requerimientos de las normativas reguladoras de la calidad. Sucede también en el caso de otro de los productos estrella del caso español, como es el aceite de oliva, sometido en la actualidad a un sistema de extracción y envasado de alto nivel tecnológico, y de seguridad e higiene. La adaptación a este modelo de calidad estandarizada implica la difusión de lo que se denomina la *nueva cultura del aceite*, un término que se refiere a las prácticas y valores asociados únicamente a la dimensión científico-técnica de la calidad. Y es que el paso a la producción de calidad en el aceite de oliva ha requerido transformar las tradicionales prácticas productivas, industriales, comerciales y de consumo, en otras en las que la modernización y la tecnificación de los procesos son indispensables. Pero también ha incidido en una reconfiguración de las relaciones de poder en el sector oleícola, así como en la transformación de los procesos de identificación local y en las dinámicas de gobernanza de los territorios olivareros (Farré *et al.*, 2020). Las viejas ruedas de molino y los tanques de hierro han sido sustituidos por depósitos de aluminio y acero inoxidable gestionados mediante sofisticada tecnología que, además, permiten controlar en todo momento factores como la temperatura o la humedad para que el aceite no pierda sus propiedades.

Otro tanto ocurre en el caso de la industria quesera, que ha visto desaparecer utensilios tradicionales de madera por líneas de producción en cadena con prensas, saladeros y mesas de moldeado. Asistimos en este sector al paso de la producción doméstica a otra de carácter industrial. Los cambios incluyen medidas de higiene que se extienden al control de los trabajadores, así como de las herramientas, maquinaria y vestimentas, sujetas a la actual reglamentación de higiene alimentaria.

⁶ «Montanera» es tanto el periodo de maduración de las bellotas procedentes de encinas, alcornoques y robles, entre noviembre y febrero, como también, la temporada de engorde de los cerdos en base a dicho fruto.

Más allá de las necesarias medidas de seguridad, los estrictos controles de calidad que fijan las DOP terminan por hacer inviable la producción para muchos productores. Estar o no dentro de la certificación de DOP se convierte así en una estrategia que los mismos productores eligen en función de la capacidad y tamaño productivo de su industria, así como de los precios de la materia prima y de la demanda del mercado. De ahí que, en 2011 y según los datos del entonces *Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente*, apenas un 10 % de la producción de jamones ibéricos y de aceite de oliva virgen se acogieran a alguno de los sellos existentes. Lo que sucede es que cada campaña, y en función de los costes y beneficios de los precios del producto en el mercado, cada productor decide qué cantidad de su producción destina a su certificación y cuál vende sin certificación. De hecho, muchos elaboradores han optado por acogerse a sellos de rango inferior, sellos que no son DOP, sino marcas territoriales con valor natural añadido.

Este es el caso del queso de cabra o de oveja de la *Sierra de Cádiz*. El producto mantiene un vínculo tradicional con un territorio de singulares valores naturales. Su materia primera proviene de la leche de dos razas autóctonas: *la cabra payoya* y *la oveja merina grazalemeña*, respectivamente (López *et al.*, 2015). Fue así como una producción doméstica dio lugar a muchas fábricas de quesos actuales. La suma del entorno natural, de la materia prima y el *saber-hacer* han determinado la calidad de un producto que, con el sello de *Parque Natural de la Sierra de Cádiz*, ha recibido numerosos premios nacionales e internacionales. Esta razón es la que ha llevado a los productores a renunciar a la creación de una DOP que les exigiría mayores requerimientos, pero que consideran innecesarios (López-Moreno, 2014).

Por eso, más allá del valor que las DOP adquieren en los mercados globales, es un hecho que, en la escala local, funcionan otros parámetros de calidad, basados en sistemas menos formalizados y más propios de la economía de proximidad, como el conocimiento y la confianza entre comprador y productor. Y este es uno de los criterios que el productor maneja a la hora de elegir el tipo de estrategias a seguir en cuanto al porcentaje de su producción a certificar o incluso de su retirada de la DOP, una decisión que ha sido bastante común en los actuales momentos de crisis, especialmente entre los pequeños productores.

La función del sello de calidad está por tanto relacionada con la distancia geográfica entre productor y consumidor. Allí donde hay proximidad entre ambos, actúan otros parámetros menos formalizados y que tienen que ver con la cultura local. El conocimiento y la confianza entre productor y consumidor se consagran así en los elementos fundamentales que amparan la calidad del producto y garantizan su venta de cara al consumidor. Es un mecanismo menos formalizado que el de las DOP, y al que se acude cada vez más en momentos de crisis económica, un modelo que es bastante común fuera del ámbito de la UE y que tiene en los *canales cortos* una de sus principales vías de comercialización.

El caso del *Chorizo de Toluca*, un embutido vinculado a formas tradicionales de producción local en el valle mexicano del mismo nombre, es un ejemplo del valor que la proximidad entre productor y consumidor adquiere en el momento de la transacción. Esta cercanía, unida al conocimiento compartido de la calidad del producto, de su materia prima y del *saber-hacer* del

productor, determina que la confianza juegue un papel tan importante, como el de cualquiera de las certificaciones institucionales antes mencionadas (Fernández-Zarza *et al.*, 2021).

5. La calidad como innovación: los retos de la ruralidad

El cambio hacia un nuevo sistema alimentario basado en la calidad, la higiene y la seguridad, así como la sostenibilidad ambiental, constituye, sin duda, la gran transformación experimentada por el sector agrario en los últimos cuarenta años. En ese contexto, los productos agrarios y sus productores (pequeños agricultores familiares, empresarios y agroindustrias) están sujetos, sin duda, a la lógica del mercado global y buscan obtener la máxima rentabilidad.

No obstante, el impacto negativo de los modelos de agricultura altamente tecnificados en el medioambiente y las nuevas demandas de los consumidores han hecho que las producciones tengan que adaptarse a las nuevas normativas sanitarias y ambientales y sean más acordes con esas demandas de la población (Lozano-Cabedo y Gomez-Benito, 2017). Los procesos de innovación tecnológica han facilitado la adaptación del sector agroalimentario a los nuevos escenarios productivos. Son escenarios que están ya bastante asimilados por los productores, que han tenido que realizar diversas inversiones para satisfacer las nuevas exigencias en materia de producción y comercialización, asumiendo el mundo de las marcas y certificaciones.

Los consumidores, por su parte, se mueven desorientados en el complejo mundo de marcas y etiquetas utilizadas para certificar la trazabilidad y calidad de los productos. Una situación, a veces, tan confusa, que el humorista Forges se refería a ella en una de sus geniales viñetas, cuando a la petición de compra de un kilo de patatas, el vendedor respondía: «¿*Biónicas, deconstruidas, hidrogenéticas?* ...» y ante la respuesta de «*no, normales*», el vendedor le espetaba: «*ya no tengo esas antiguallas*»⁷. Permítannos esta licencia humorística para reflejar la innegable realidad de unos alimentos ya configurados con diversos signos de distinción. La viñeta refleja, de forma muy lúcida, una realidad también problemática, que atañe a productores y consumidores y que representa algunos de los retos que se tienen que afrontar para consolidar el desarrollo de los productos de calidad diferenciada.

La certificación institucionalizada versus territorializada

Es un hecho en el actual sistema agroalimentario que los estándares de calidad demandados por el mercado y regulados por las instituciones de certificación coexistan, como hemos señalado, con otros tipos de relación producción/consumo en los que la calidad del producto es negociada localmente según los atributos específicos de cada territorio (Belletti *et al.*, 2017; Lozano-Cabedo, 2011; Quiñones *et al.*, 2016).

⁷ Diálogo recogido de una de las viñetas del humorista gráfico Antonio Fraguas «Forges» expuesta en la muestra conmemorativa «La Ciencia según Forges» Casa de la Ciencia. CSIC. Sevilla, junio, 2021.

La relación entre las normativas institucionalizadas y las dinámicas locales reflejan algunas de las ya citadas paradojas que se producen en el ámbito de la certificación y en lo que respecta al poder que se les concede a las entidades certificadoras y de control. Se trata de un proceso muy complejo, especialmente para las marcas de mayor nivel (DOP e IGP), cuya reglamentación, sujeta a la normativa europea, requiere de su estricto cumplimiento, siendo el correspondiente *Consejo Regulador* el encargado de implementar diversos controles para certificar la especificidad y calidad del producto. Este procedimiento, que se extiende igualmente a otros sellos de certificación, como el de la *Agricultura Ecológica* o la *Agricultura Integrada*, corre a cargo de empresas certificadoras, contratadas a tal efecto y de cuyo estricto y riguroso cumplimiento dan cuenta las numerosas inspecciones a la que son sometidos los distintos procesos de elaboración.

Nadie duda de la necesidad de estos controles, ya que son la única garantía de la especificidad del producto y son también un eficaz sistema de protección de los productores frente a posibles copias. En realidad, esta fue la función original de este tipo de figuras de protección. El problema es que el requisito de la certificación, normalmente desarrollado por una empresa especializada de carácter privado, somete a los procesos de producción a tantos controles y a tanto gasto económico, que, según critican productores y elaboradores, se encarece el producto final y se dificultan los procedimientos de elaboración sin que apenas el consumidor perciba sus efectos en la calidad del producto.

Ambas cuestiones suscitan el recelo de muchos empresarios, que optan, en unos casos, por abandonar estas marcas y, en otros, por certificar solo una parte de la producción con sellos de menor rango de protección. La opción por la certificación parcial del producto es una estrategia utilizada, sobre todo, por los pequeños productores, y que hemos comprobado en los casos del *jamón ibérico de bellota* (Fernández Zarza *et al.*, 2018), el *aceite de oliva* (Farré, Lozano-Cabedo y Aguilar-Criado, 2020) y el *queso de la Sierra de Cádiz* (López-Moreno, 2014). En estos casos, los productores optan por un sello de certificación de menor rango al comprobar que la calidad de sus producciones es reconocida por los consumidores sin necesidad de recurrir a otros sellos de mayor grado de protección.

Las nuevas demandas en materia de certificación se centran ahora en la convergencia entre las certificadoras y los territorios, abogando por *Sistemas Participativos de Garantía* muy utilizados en otros países como Brasil (Velleda, Sacco y Lozano, 2014). Estos sistemas incorporan en el proceso de certificación no solo a los productores y elaboradores, sino también a los consumidores, lo que, además de dotar de garantías y transparencia al proceso, abarata su coste.

En el caso del aceite de oliva, el «conocimiento experto» es fundamental en la certificación de sus distintos tipos de calidad. Como se sabe, este producto está regulado por la UE y el COI (Consejo Oleícola Internacional), que estandarizan la calidad del aceite de oliva⁸ en diferentes

⁸ El Reg. (CE) 2568/1991 describe las características químicas y/o sensoriales del aceite de oliva y sus métodos de análisis. Existen modificaciones en el Reg. (CE) 1989/2003, en el Reg. (CE) 640/2008 respecto al análisis sensorial, y en el Reg. (CE) 338/2013 respecto a los métodos de análisis. Respecto al COI, el Reg. T. 15/nº 3/Rev. 8 establece la clasificación comercial (COI, 2105a) y el Reg. T. 20/nº 15/Rev. 7 se refiere al análisis sensorial.

categorías⁹. De este modo, el aceite de oliva pasa a ser el único producto agroalimentario sujeto, por norma de la UE, a un método de análisis sensorial para determinar sus distintas categorías de calidad según parámetros organolépticos. Ello ha requerido la creación de *paneles de cata* en cada territorio productor, formados por catadores entrenados según un método regulado, dado que son los únicos autorizados para clasificar los distintos tipos de aceite. Con los *paneles de cata* el sector oleícola se apropia así del conocimiento *experto* a escala del territorio donde se produce el aceite de oliva, siendo una forma de resistir la estrategia globalizadora de las grandes industrias comercializadoras, unas industrias que, en su afán homogeneizador, suelen cuestionar el rigor científico-técnico de las certificaciones emitidas por los *paneles* (Farré *et al.*, 2019).

Más allá de la especificidad del aceite de oliva, este caso señala el camino para resolver uno de los retos a los que actualmente se enfrentan los procedimientos de certificación de la calidad. El modelo de expertos locales es, sin duda, una estrategia de resistencia ante los procesos globalizadores de la cadena agroalimentaria y una clara alternativa para superar las desigualdades existentes en la cadena del valor.

La promoción institucional y la información a los consumidores

Es evidente que uno de los objetivos de las distintas figuras de calidad hasta aquí enunciadas es señalar la singularidad de un determinado producto. Es también evidente que la vinculación territorial de estos sellos de calidad los ha integrado dentro de las estrategias de la PAC, especialmente las de su segundo pilar, lo que explica que se hayan convertido en uno de los ejes estratégicos de los Grupos de Desarrollo Rural.

Las cifras oficiales del MAPA muestran, en efecto, que en España se ha producido un crecimiento exponencial de estas certificaciones, desde las 15 existentes en 1995, hasta las 361 reconocidas en 2020, a las que se sumarán los 19 productos en espera de su reconocimiento. Nuestro país es uno de los que más productos agroalimentarios de calidad diferenciada tiene registrados por la UE, solo por detrás de Italia y a escasa distancia de Francia, y eso que esos datos se refieren solo a las marcas de rango europeo. Si le sumamos los distintos sellos de rango regional, comarcal o local, constatamos un panorama en el que estas figuras han proliferado hasta límites tales, que los consumidores tienen dificultades para identificar el verdadero valor del producto que compra.

Esta proliferación de los sellos de calidad es un problema que debe ser afrontado por los productores y las administraciones públicas, esmerándose en hacer campañas explicativas sobre las cualidades de los productos diferenciados, así como sobre sus singularidades y procesos de elaboración, características todas ellas que explican su mayor coste. Abordar este reto es muy importante para corregir la actual sobreinformación que sufren los consumidores a nivel visual, y para generar un consumo consciente y responsable en sus decisiones de compra.

⁹ Aceite de Oliva Virgen Extra (AOVE), Aceite de oliva Virgen (AOV) y Aceite de Oliva (AO).

Se trata de un tema crucial para superar la actual paradoja entre, de un lado, el esfuerzo que el productor hace para obtener un producto singular y, de otro, el desconocimiento que tiene el consumidor respecto a la naturaleza del producto que compra. Este reto ha sido asumido por la UE, desarrollando programas de promoción a los que pueden acceder los productores. Dichos programas han sido bien acogidos, si bien diversas agencias (AREPO¹⁰, 2020) y expertos han planteado algunas mejoras, relativas sobre todo a la participación de los distintos Estados miembros de la UE, con el fin de dar información y apoyo técnico y facilitar la implicación de los pequeños agricultores.

6. Reflexiones finales

El modelo europeo de agricultura y ganadería ha de alinearse definitivamente con la transición ecológica que se plantea en la UE. Es una apuesta en la que se redefine el modo de producir alimentos, reconectando la agricultura con el medioambiente, acercando a productores y consumidores e incitando el consumo de productos locales respetuosos con el entorno natural. Y todo ello en el marco del *Pacto Verde Europeo* y sus dos estrategias: «De la granja a la mesa» y «Biodiversidad», documento publicado en 2020.

En la doble estrategia del *Pacto Verde* caben, sin duda, los productos con los distintos signos de calidad aquí estudiados, unos productos que están, además, en sintonía con los últimos documentos de FAO (2018 y 2021), en los que se afirma que las IG «facilitan un terreno prometedor a la sostenibilidad gracias al vínculo con el origen y su capacidad de reproducción de los recursos locales, al proteger su territorio, activos naturales y culturales, destacando la reputación del producto» (FAO, 2018:7).

¹⁰ La *Asociación de Regiones Europeas de Productos de Origen* (AREPO) es una red de regiones y asociaciones de productores que se ocupa de promover los productos de calidad territorial. Representa a 33 regiones y a más de 700 asociaciones de productores (más del 50% de las IG en la UE).

De hecho, en la UE, las IG ya cumplen varios objetivos del *Pacto Verde*, puesto que «responden a la demanda de los ciudadanos de productos tradicionales con los más altos niveles de seguridad y calidad alimentaria; garantizan la diversidad culinaria en el centro de unos hábitos dietéticos sanos y equilibrados; aseguran la sostenibilidad económica gracias a las condiciones de competencia leal y a los mayores ingresos de los productores; y garantizan la producción sostenible de alimentos mediante la protección del paisaje rural y la gestión y reproducción sostenibles de los recursos naturales. Además, en el contexto actual en el que cada vez se presta más atención al consumo de productos locales, cabe destacar que las IG son los únicos productos con una certificación oficial que garantiza su origen y sus características diferenciales» (AREPO, 2021:2).

Estamos, en definitiva, ante el reto de una «nueva ruralidad», que se concreta en el ambicioso paquete de medidas incluidas en el citado *Pacto Verde Europeo*, con el objetivo todo ello de diseñar un sistema alimentario justo, saludable y más respetuoso con el medioambiente (Comisión Europea, 2021:1). Es un ambicioso plan de medio y largo plazo que, lógicamente, despierta recelos entre los agricultores por cuando les supone un cambio importante de escenario, reclamando ayudas y mayores plazos para adaptarse al mismo.

En todo caso, es tiempo de consenso para culminar el desarrollo de las producciones de calidad diferencial vinculadas a los territorios locales, un modelo que ya está suficientemente aceptado entre nuestros agricultores y que es cada vez más demandado por los consumidores. Se trata de seguir aprovechando el conocimiento y la experiencia desarrollada desde el principio de esta centuria; de seguir investigando en una tecnología productiva más respetuosa con el medioambiente; de asesorar a los productores, y de fomentar campañas de promoción de este tipo de productos de calidad diferencial. En definitiva, lograr una agricultura y ganadería sostenible y un sistema alimentario saludable es un objetivo inaplazable. Solo de ese modo, el mundo rural podrá definir su futuro, un futuro que será sostenible, o no será.

Referencias bibliográficas

- AMAYA-CORCHUELO, S. Y AGUILAR-CRIADO, E. (2012): «La construcción de la calidad alimentaria: tradición, innovación y poder en las DOP del jamón ibérico en España»; en *Revista de Economía Agrícola*, 59(2); pp. 39-52.
- ALRØE, H. F.; BYRNE, L., Y GLOVER, L. (2006): «Organic agriculture and ecological justice: ethics and practice»; en HALBERG, N.; ALRØE, N. F.; KNUDSEN, M. T., Y KRISTENSEN, E. S. eds.: *Global Development of Organic Agriculture; Challenges and Prospects*. Wallingford, CAB International; pp. 75-112.
- AREPO (2021): «Evaluación por parte de la Comisión Europea de las indicaciones geográficas y las especialidades tradicionales protegidas en la UE», julio 2021.
- BARCO ROYO, E. (2007): «Denominaciones de origen. La incidencia de la localización y deslocalización»; en *Distribución y Consumo*, nº 96; pp. 27-41.
- BELLETTI, G.; MARESCOTTI, A., Y TOUZARD, J. M. (2017): «Geographical Indications, Public Goods, and Sustainable Development: The Roles of Actors' Strategies and Public Policies»; en *World Development*, 97; pp. 45-57.
- BOWEN, S. Y DE MASTER, K. (2011): «New rural livelihoods or museums of production? Quality food initiatives in practice»; en *Journal of Rural Studies*, 27; pp. 73-82.
- BUCK, D.; GETZ, C., Y GUTHMAN, J. (1997): «From farm to table: The organic vegetable commodity chain of northern California»; en *Sociologia Ruralis*, 37; pp. 3-20.
- CALDENTEY, P. Y GÓMEZ MUÑOZ, A. (1996): «Productos típicos, territorio y competitiva»; en *Agricultura y Sociedad*, 80-71; pp. 57-82.
- CAMARERO, L. Y GONZÁLEZ, M. (2005): «Los procesos recientes de transformación de las áreas rurales españolas: una lectura desde la reestructuración ampliada»; en *Sociología. Revista de la Facultad de Letras*. Universidade de Porto, vol. 15; pp. 95-123.
- CLOKE, P.; MARSDEN, T., Y MOONEY, P. (2006): *The Handbook of Rural Studies*. Londres, Sage.
- COMISIÓN EUROPEA (2021): *Un pacto verde europeo*. Disponible en: <https://ec.europa.eu>
- DÍAZ, C. coord. (2005): *¿Cómo comemos?: cambios en los comportamientos alimentarios de los españoles*. Madrid, Ed. Fundamento.
- DÍAZ, C. Y GÓMEZ BENITO, C. (2005): «Consumo, seguridad alimentaria y salud. Una perspectiva de análisis desde las Ciencias Sociales»; en *Revista Internacional de Sociología*, 63(40); pp. 9-19.
- DE LA CALLE, L. (2002): «Denominaciones de origen y protección económica». *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 194; pp. 27-48.

- ESCOBAR-LÓPEZ, S; ESPINOZA-ORTEGA, A; LOZANO-CABEDO, C.; AGUILAR-CRIADO E., Y AMAYA-CORCHUELO, S. (2019): «Motivations to consume ecological foods in alternative food networks (AFNS) in Southern Spain»; en *British Food Journal*, 2019-0051. Disponible en: <https://doi.org/10.1108/Bfj-01>
- ESPARCIA, J. Y ESCRIBANO, J. (2012): «La dimensión territorial en la programación»; en *Anales de Geografía*, (32)2; pp. 227-252.
- ESPEITX, E. (1996): «Los nuevos consumidores o las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los productos de la tierra»; en *Agricultura y Sociedad*, vol. 80-8.
- FAO (2018): *Fortalecimiento de los sistemas alimentarios sostenibles a través de las indicaciones geográficas: Un análisis de los impactos económicos*. Roma, Ed. Organización Naciones Unidas.
- FAO (2021): *El potencial nutricional y sanitario de los alimentos con Indicación Geográfica*. Roma, Ed. Organización Naciones Unidas.
- FARRÉ RIBES, M.; LOZANO-CABEDO, C. Y AGUILAR-CRIADO, E. (2020): «La ‘nueva cultura del aceite’ como eje de transformación en los territorios olivereros andaluces»; en *AIBR-Revista de Antropología Iberoamericana*, 15(1); pp. 79-104.
- FARRÉ-RIBES, M.; LOZANO-CABEDO, C., Y AGUILAR-CRIADO, E. (2019): «The Role of Knowledge in Constructing the Quality of Olive Oil in Spain»; en *Sustainability*, 11; 4029. Disponible en: www.mdpi.com/journal/sustainability
- FERNÁNDEZ-ZARZA, M.; AMAYA-CORCHUELO, S., Y AGUILAR-CRIADO, E. (2018): «Institutional density and public policies in two cases of geographical indications from Mexico and Spain»; en *Journal of Agrarian Change*; pp. 1-19. Disponible en: <https://doi.org/10.1111/joac.12276>
- FERNÁNDEZ-ZARZA, M.; AMAYA-CORCHUELO, S., Y AGUILAR CRIADO, E. (2018): «Placer, salud y sociabilidad. El hecho alimentario a través del jamón ibérico»; en *Dialectología y tradiciones populares*. Vol. LXXIII, nº 2; pp. 425-452.
- FERNÁNDEZ-ZARZA, M.; AMAYA-CORCHUELO S.; BELLETI, G., Y AGUILAR-CRIADO, E. (2021): «Trust and Food Quality in the Valorisation of Geographical Indication Initiatives»; en *Sustanibility*, 13. Disponible en: <https://doi.org/10.3390/su13063168>
- GARRIDO, F. Y MOYANO, E. (2004): «Agricultura, sociedad y medio ambiente en la España actual»; en MARRÓN, M. J. Y GARCÍA, G. coords.: *Agricultura, Medio Ambiente y Sociedad*. Madrid, Serie Estudios. MAPA; pp. 29-56.
- GUTHMAN, J. (1998): «Regulating meaning, appropriating nature: The codification of California organic agriculture»; en *Antipode*, 30; pp. 135-154.
- HERVIEU, B. (1997): *Los campos del futuro*. Madrid, MAPA.
- LASH, S. Y URRY, J. (1998): *Economías de Signos y Espacios*. Buenos Aires, Amorrutu Ed.

- LÓPEZ-MORENO, I. Y AGUILAR-CRIADO, E. (2013): «La nueva economía rural europea. Especialización territorial de calidad en la Isla de Texel y la Sierra de Cádiz»; en *Gazeta de Antropología*, 29(2); artículo 04.
- LÓPEZ-MORENO, I. (2014): *Labelling the origin of food products. Towards sustainable territorial development?* Ede, Ponsen and Looijen.
- LÓPEZ-MORENO, I.; AGUILAR-CRIADO, E.; LOZANO-CABEDO, C. Y PÉREZ-CHUECA, A. (2015): «Quality labels and institutional density in the agro-food sector: the case of Andalusia (Spain)»; en *Spanish Journal of Rural Development*, nº 3. Vol. VI; pp. 9-19.
- LOZANO-CABEDO, C. Y GÓMEZ-BENITO, C. (2017): «A Theoretical Model of Food Citizenship for the Analysis of Social Praxis»; en *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 30(1); pp. 1-22.
- LOZANO-CABEDO, C. (2011): *El sabor de la naturaleza: agricultura ecológica en los Parques Naturales andaluces*. Sevilla, Fundación Blas Infante.
- LOZANO-CABEDO, C. Y AGUILAR-CRIADO, E. (2012): «Territorialising organic production: collective actions and public policies in Andalusia»; en *Sviluppo Locale*, Vol. XV, nº 37-38; pp. 45-66.
- LOZANO-CABEDO, C. Y AGUILAR-CRIADO, E. (2010): «Natural, tradicional y de la tierra. La promoción de la calidad agroalimentaria en los nuevos espacios rurales andaluces», en SOLER, M. Y GUERRERO, C. coords.: *Patrimonio cultural en la nueva ruralidad andaluza*. Sevilla, Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico, Consejería de Cultura; pp. 126-139.
- MASSOT, A. (2012): «Los mecanismos de la PAC 2020, principales vectores del proceso de reforma en curso»; en *Revista Española de Estudios Rurales y Pesqueros*, 232; pp. 13-68.
- MARSDEN, T. K.; BANKS, J. Y BRISTOW, G. (2000): «Food supply chain approaches: exploring their role in rural development»; en *Sociologia Ruralis*, 40; pp. 424-438.
- MARSDEN, T. K. Y SMITH, E. (2004): «Ecological Entrepreneurship: Sustainable Development in Local Communities through Quality Food Production and Local Branding»; en *Geoforum*, Vol. 36, nº. 4; pp. 440-451.
- MENARD, C. (1990): *L'economie des organisations*. Paris, La Decouverte.
- O'CONNOR, D.; RENTING, H.; GORMAN, M., Y KINSELLA, J. (2006): «The Evolution of Rural Development in Europe and the Role of EU Policy»; en O'CONNOR, D.; RENTING, H.; GORMAN, M., Y KINSELLA, J. eds.: *Driving Rural Development Policy and Practice in Seven EU Countries*. Assen, Royal van Gorcum; pp. 1-30.
- PÉREZ-CHUECA, A. Y AGUILAR, E. (2013): «Aportaciones al análisis comparativo entre modelos de desarrollo rural en Europa»; en *Gazeta de Antropología*, 29(2).
- PIZARRO, D. (2021): «La protección de los productos agrícolas por su origen geográfico: un recorrido legislativo»; en XXVIII *Informe Socioeconómico de la Agricultura y Ganadería Familiar*. Madrid, Fundación de Estudios Rurales; pp. 137-143.

- QUIÑONES-RUIZ, X. F.; PENKER, M.; BELLETTI, G.; MARESCOTTI, A.; SCARAMUZZI, S.; BAZZINI, E.; PIRCHER, M.; LEITGEB, F., Y SAMPER-GARTNER, L. F. (2016): «Insights into the black box of collective efforts for the registration of Geographical Indications»; en *Land Use Policy*, 57; pp. 103-116.
- RUBIO, P. (2010): «Modelización de los cambios y evolución reciente del sistema rural español»; en *AGER*, 54; pp. 203-235.
- SANZ CAÑADA, J. (2002): «El sistema agroalimentario español: estrategias competitivas frente a un modelo de demanda en un contexto de mercados imperfectos»; en GÓMEZ BENITO, C. Y GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, J. J. eds.: *Agricultura y Sociedad en el cambio de siglo*. Madrid, McGraw Hill; pp. 143-179.
- VELLEDA CALDAS, N.; SACCO DOS ANJOS, F., Y LOZANO-CABEDO, C. (2014): «La certificación de productos ecológicos en España y Brasil»; en *Agrociencia Uruguay*, 18(1); pp. 163-171.
- WILKINSON, J. (1997): «A New Paradigm for Economic Analysis?»; en *Economy and Society*, 26(3); pp. 305-39.
- WILLER, H.; TRÁVNÍČEK, J.; MEIER, C., Y SCHLATTER, B. eds. (2021): *The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2021*. Bonn, FIBL e IFOAM.