

## PRESENTACIÓN

*Los artículos reunidos en este número monográfico de AGRICULTURA Y SOCIEDAD, responden, en su mayoría (1), a un proyecto de investigación todavía no concluido, titulado **Los productos de la tierra en la Europa del Sur. Caracterización etnológica, sensorial y socioeconómica de su tipicidad** (2). El objetivo de este proyecto (1993-1997) consiste en desarrollar una aproximación integrada de las producciones agrícolas y alimentarias de la tierra (es decir, aquellos productos estrechamente ligados a un lugar, a una historia y a una sociedad concretas) y explorar su dimensión antropológica, técnica, socioeconómica, histórica y medioambiental.*

*En la Europa del Sur, existen centenares de «productos de la tierra». Se trata de producciones locales de origen animal o vegetal; pueden ser transformados o sin transformar. Puede tratarse de un aceite, una carne, un pescado, un queso, un embutido, una miel, un fruto seco... Cada región dispone de algunos de estos productos, relativamente bien tipificados, reconocidos y que disfrutan de un mayor o menor grado de notoriedad. Se trata, por ejemplo, en España, del aceite de Les Garrigues, del pimiento de Padrón, del queso de Cabrales, del espárrago de Tudela, de las judías de El Barco de Ávila y de un amplísimo etcétera (3). En Fran-*

---

(1) Se han incluido, también, otros artículos por su especial interés y por su específica referencia a España. Se trata del artículo de Ana Cristina Gómez Muñoz y Pedro Caldentey Albert, **Productos típicos, territorio y competitividad**, y el de Lucie Bolens, **Riquezas de la tierra andaluza y primacía del aceite de oliva en la sociedad y la civilización de Al Andalus (siglos X-XVI)**.

(2) El proyecto de investigación, financiado por la UE (contrato AIR-CT93-1123) está coordinado por Philippe Marchenay y Laurence Bérard (CNRS, Francia) e integrado por los siguientes equipos de investigación: 1) Francia: Centre National de la Recherche Scientifique, Antenne de recherche et d'information sur les ressources des terroirs, Alimentec, Bourg-en-Bresse (Ain) y Institut technique du Gruyère et Gruvial, laboratoire d'analyse sensorielle, Technopole de Génie industriel et alimentaire, Alimentec, Bourg-en-Bresse (Ain); 2) Italia: Istituto de Zooeconomía de la Universidad de Bolonia (cuyo responsable es el profesor Emiro Endrighi) y Departamento de Historia Moderna y Contemporánea de la Universidad de Génova; 3) Portugal: Departamento de Industrias alimentarias de la Universidad de Tras-os-Montes e Alto Douro, en Vila-real; y 4) España: Departamento de Antropología Social de la Universidad de Barcelona.

(3) En realidad estas producciones han tenido y tienen en España una importancia considerable. Incluyen productos muy diversos tanto en lo que refiere a sus características intrínsecas, como a los rasgos que definen su tipicidad, y a su dimensionalidad económica. Muchos de estos productos han merecido ya estudios particulares y gozan, en estos momentos, de denominaciones de origen o de calidad. El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha publicado, en coedición con Mercada, ya varias ediciones de *Alimentos de España. Denominaciones de origen y de calidad*. Acaba de publicarse, también en coedición con Mercasa, una «Guía-Directorio de Productos españoles con Denominación de Origen, Genéricas y Específicas» y el «Inventario español de productos tradicionales», publicaciones que ponen de manifiesto el interés cada vez mayor por este tipo de productos.

cia (4), del capón de Bresse, de la judía de Tarbais, de la sidra de Domfontais. En Italia (5), del queso pecorino de Toscana o del salami de Varzi. Y, en Portugal, del queso Serra do Estrella o de los embutidos de Tras-os-Montes. Todos estos productos asocian a la vez unos factores sociales, unos conocimientos tradicionales, una historia y las especificidades propias de un lugar determinado. Asimismo, son la expresión de una importante diversidad biocultural y constituyen un patrimonio común irremplazable.

Actualmente, estas producciones, de alto valor añadido cultural, ocupan un lugar particular pero todavía no muy bien definido en el universo agroalimentario. En efecto, la diversidad de términos empleados para designarlos («productos tradicionales», «típicos», «específicos», con características de «particular calidad»...) es una muestra de la dificultad que representa caracterizarlos y evaluarlos. El principal obstáculo radica, precisamente, en su dimensión cultural, que integra aspectos tan difíciles de objetivar, es decir, de «normalizar», como la memoria, la tradición, la identidad, la transmisión, los conocimientos o los comportamientos alimentarios. El primero de los artículos recogidos en este número, **La construcción social de los «productos de la tierra»**, de L. Bérard y Philippe Marchenay, constituye, precisamente, la primera reflexión seria sobre todas estas problemáticas y constituye un punto de partida imprescindible.

La Comunidad Económica Europea está otorgando una importancia creciente a este tipo de productos en el marco de la reorientación de la Política Agraria Comunitaria, algunas de cuyas directrices insisten en las producciones de calidad que, teniendo en cuenta el medio ambiente, estimulen la diversificación y la extensión, así como en el desarrollo rural de las regiones desfavorecidas, de la protección del paisaje y de la

---

(4) En Francia, el interés por este tipo de productos se ha concretado, entre otras iniciativas, en un *Inventario del Patrimonio culinario de Francia: Productos de la tierra y recetas tradicionales*, impulsado por el Ministerio de Agricultura y por el Ministerio de la Cultura y realizado por el Conseil National des Arts Culinaires. Hasta el momento han sido publicados los volúmenes correspondientes a doce de las regiones administrativas de Francia.

(5) En Italia han sido realizados por el INSOR varios «Atlas productos típicos» (*Atlante dei prodotti tipici*) entre los que destacan los relativos a los quesos, los embutidos y las conservas.

conservación de la diversidad biocultural (6). En este sentido, el Institut National des Appellations d'Origine en Francia, el Instituto Nacional de Denominación de Origen en España, los diferentes Consortium de Tutella en Italia, y el Instituto de Qualidade Alimentaria en Portugal, están implicados en una u otra medida en la identificación y la protección de este tipo de productos en los países respectivos. La reglamentación más reciente relativa a la protección de las denominaciones geográficas, a las denominaciones de origen y a las certificaciones de calidad, les proporciona una existencia a escala europea. Recientemente, la UE solicitó un informe (7) de los micro-mercados alimentarios que suponen los productos típicos de calidad en las regiones mediterráneas. La importancia de estos productos (los productos de calidad representan el 10,6% del mercado alimentario total en Francia, el 10,7% en Italia, el 6,7% en España\*, el 5,2% en Portugal), sin embargo, es muy superior a su expresión monetaria. También (8) se ha realizado un estudio sobre la importancia económica de los mercados agrícolas y alimentarios de calidad y su desarrollo potencial. Este tipo de trabajos confirman el interés que suponen estas producciones y subrayan el peso de su dimensión cultural. Asimismo, en los países de la Europa del Sur han aparecido una serie de trabajos realizados desde las ciencias sociales (atlas de embutidos o de quesos tradicionales, estudios que privilegian la aproximación histórica, antropológica o económica de una determinada producción local, monografías diversas, etc.) en los que se destacan, sobre todo, las relaciones entre los productos de la tierra, los espacios frágiles y su ocupación.

Por otra parte, los consumidores piden cada vez más productos de calidad asociados a la tipicidad, bien caracterizados en cuanto productos, que hagan referencia a un lugar preciso de producción, a unos sa-

---

(6) Artículo 19, del reglamento del Consejo de Ministros del 15 de junio de 1987, referente a la introducción o al mantenimiento de prácticas de producción agrícola que sean compatibles con las exigencias de la protección del espacio natural y que permitan asegurar unos ingresos adecuados a los agricultores.

(7) Cf.: Barberis, C. (Ed.): **Les micromarchés alimentaires: produits typiques de qualité dans les régions méditerranéennes**. Luxemburgo, CEE, Dirección General de Agricultura, 1992.

(8) *Les produits agroalimentaires de qualité spécifique*.

\* Según datos del INDO, los productos con denominación de origen, denominación específica y denominación autonómica de calidad representan un volumen de ventas a nivel de consumidor de unos 700.000 millones de pesetas, lo que supone cerca de un 10% del valor del consumo total de alimentos y bebidas.

beres y a unas técnicas específicas. La plusvalía cultural asociada a los productos de la tierra define una forma de calidad, que se añade a aquellas otras formas más ligadas a los procedimientos de control habituales, basados, fundamentalmente, en el control higiénico o sanitario y en la normalización de los productos. Las nuevas dimensiones del consumo, particularmente por lo que refiere a las «demandas» de los consumidores urbanos, son analizadas en el artículo de Elena Espeitx, en este número, titulado **Los nuevos consumidores o las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los «productos de la tierra»**.

En relación a todas estas cuestiones, el camino que se ha empezado a recorrer con el proyecto de investigación que estamos desarrollando consiste, desde una óptica multidimensional, en ampliar los conocimientos sobre estos productos y en la puesta a punto de unas estrategias y unos métodos de valoración adecuados y adaptables. Para esta aproximación sistémica de los productos ha sido necesaria la participación de diferentes interlocutores, los cuales en raras ocasiones habían tenido la oportunidad de trabajar conjuntamente: antropólogos, economistas, sociólogos rurales, historiadores, ingenieros agrónomos, investigadores y técnicos en el ámbito de la agroalimentación. Se pretende, en definitiva, establecer las producciones agroalimentarias en su entorno cultural, técnico, sensorial y socioeconómico.

En una primera fase de la investigación, desarrollada a lo largo del año 1994, se procedió a la realización de inventarios para identificar, localizar y destacar la riqueza y la diversidad biocultural de estos recursos en cada una de las regiones elegidas por los diferentes países participantes (Tras-os-Montes, Catalunya, Rhône-Alpes, Liguria, Piemonte y Emilia-Romagna). Para la realización de este inventario, se han aplicado los métodos de la antropología. Se han privilegiado las encuestas etnográficas para describir con detalle los saberes, los conocimientos, las prácticas técnicas y las representaciones que intervienen en la producción, la conservación, la utilización y la difusión de los productos de la tierra.

El inventario realizado ha permitido constatar que estas producciones están muy bien definidas localmente y cuando presentan variantes, éstas no se distribuyen al azar sino que son fácilmente localizables. En Portugal, por ejemplo, embutidos como el **salpicao** o la **linguiça** contienen vino, agua o una mezcla de ambos según que sean elaborados en la región de Vila Real, de Bragança o del Douro. Las zonas de producción

*pueden ser muy restringidas, particularmente para productos bien específicos como algunas salchichas dulces en Cataluña (la botifarra dolça de las comarcas ampurdanesas), Tras-os-Montes o en Novara, con las cuales sólo los consumidores locales pueden sentirse muy identificados. En las regiones estudiadas, la familia de las charcuterías parece ser la más rica y remite a una extrema diversidad de los productos en base a sus ingredientes concretos y a sus saber-hacer específicos. Se observa una preferencia por ciertos ingredientes o asociaciones de los mismos que determinan los grandes tipos de un país a otro. En el norte de Portugal, por ejemplo, el pan entra frecuentemente en la composición de varias longanizas bien identificadas; en Rhône-Alpes son las verduras hervidas (espinaca, col, acelga); en Italia, encontramos a menudo la asociación entre carne, cabeza y corteza de tocino; en Cataluña, la utilización de la pimienta negra o la relevancia de las butifarras cocidas. El sector de productos lecheros es rico en las regiones italianas y muy diversificado en la de Rhône-Alpes donde cubre casi todas las técnicas de fabricación; y está visiblemente menos representado en Cataluña y en Portugal. Algunos tipos de queso son comunes a las tres regiones como el **tupí** catalán, muy próximo al **sargnon** y al **bruss di Castelmagno** italianos y al queso fuerte ródano-alpino que se declina en cinco o seis variantes. Las legumbres están bien representadas en los inventarios catalán y ródano-alpino, así como las frutas. En definitiva, los diferentes inventarios italianos, portugueses, ródano-alpino y catalán confirman la riqueza, por su abundancia y por su diversidad, de los «productos de la tierra».*

*Los objetivos de estos inventarios consistían, sobre todo, en un primer momento, en evaluar la diversidad y plantear las cuestiones específicas relacionadas con este proyecto en torno a la caracterización de la tipicidad y la calidad de las producciones. A la luz de los resultados obtenidos en esta primera fase, puede ya confirmarse que los «productos de la tierra» remiten a una familia de productos que permanece muy presente en todos los países considerados. Algunos productos son absolutamente específicos de un lugar y no se encuentran en ningún otro; otros constituyen variantes que pueden encontrarse tanto en otras zonas del propio país como en los otros; y algunos sectores están más representados en unos países que en otros. Por otro parte, pueden considerarse algunas constantes en relación con la necesidad de conservar al-*

gunos productos para un consumo diferido, ya sea en el marco de una economía doméstica o en el de una región pobre (por ejemplo, charcuterías, saladas y/o ahumadas, a base de cabra o de asno, quesos a base de leche de mezcla, quesos fuertes refermentados). Paradójicamente, las frutas y las legumbres, aunque presentes en todos los inventarios, representan un sector mucho menos rico que las charcuterías o los derivados de la leche. Y sin embargo son los productos más precisos en cuanto a la valoración de una relación real «física» a un lugar. Esta es una cuestión interesante sobre la que se debe reflexionar.

Por lo que refiere a la importancia del sector de las charcuterías, muy bien representadas en las cuatro regiones, todavía más que los quesos, las salchichas, longanizas, morcillas, salchichones... han conservado una gran diversidad, y en casos concretos, también, una gran tipicidad (Véanse los casos analizados en este mismo número de la *alheira* de Trás-os-Montes y el del *murson* de la región de Ródano-Alpes). Estos productos están muy integrados localmente, determinan zonas de producción que pueden ser más o menos extensas y que se corresponden con adhesiones alimentarias o gastronómicas precisas. Se observa, también, que la producción doméstica o casera se mantiene en muchos casos. Por otro lado, es necesario remarcar, en lo que refiere a la distribución, el peso que todavía ejercen los artesanos charcuteros. Posiblemente, habrá que pensar que existe una relación causa-efecto entre la escala de producción-distribución, el lugar de la producción doméstica y la vitalidad de un sector determinado. En cualquier caso, la escala de la producción y de la distribución de los productos locales es extremadamente variable. De la explotación industrial a la producción artesanal o doméstica, la variabilidad, tanto en las estructuras como en los actores es muy grande y está todavía por estudiar.

Las observaciones anteriores permiten plantear ya la mayor parte de las cuestiones esenciales. Por ejemplo ¿cuál es el parámetro fundamental o dominante para definir la *especificidad*? En los casos analizados en los artículos aquí recogidos (dos quesos, dos embutidos y una fruta) aparecen como parámetros aspectos tan diversos como «la montaña», los pastos, una zona específica de consumo, una variedad frutal específica, el sabor, etc. ¿Cómo analizar una diversidad tal y tan heterogénea? En segundo lugar, aparece la relación entre el producto y el lugar. ¿Cómo se establece esta relación: a partir de los aspectos ambientales, a partir de los aspectos técnicos, gustativos, o incluso por el hecho que el producto haya sido men-

*cionado, o recomendado, desde el exterior por viajeros ilustres o por críticos gastronómicos? En el caso de las charcuterías, por ejemplo, es raro hoy en día, que éstas tengan que ver con una raza local. Además, los cerdos no necesariamente son criados en el mismo lugar y, si lo son, su crianza no acostumbra a basarse en prácticas particulares, quizás con la excepción de Tras-os-Montes. Pero, en sentido inverso, aunque la materia prima no sea identificada como local, los productos sí son muy «localizados»: el cerdo no es trabajado de la misma manera en una localidad o comarca que en otra y los consumidores locales están muy apegados a los productos que conocen y que para ellos constituyen la referencia.*

*Esta última observación nos remite a la importante, y no resuelta, cuestión de la **tradición**. ¿Acaso no es la tradición la que prima en la caracterización de una buena parte de los productos que hoy día ligamos a un lugar y no tanto las cualidades pedoclimáticas o cualquier otra consideración que tenga que ver con una objetivación de las especificidades de un lugar? La tradición refiere a una cierta profundidad histórica e implica una plusvalía cualitativa ligada a la continuidad o la duración, a la permanencia. Ocurre, sin embargo, que **tradición** es un término considerablemente genérico, ambigüo, indefinido y extraordinariamente manipulable. Así pues, se plantea el problema de ¿cómo codificar la tradición? ¿cómo atribuirle un contenido mínimamente específico, concretizable, que vaya más allá de la simple y exclusiva mención de la tradición como se limitan a hacer la mayoría de los reglamentos sobre denominaciones de origen, denominaciones específicas y genéricas de los productos agroalimentarios? (9).*

---

(9) En el Real Decreto 728/1988, por el que se establece la normativa a que deben ajustarse las Denominaciones de Origen, Específicas y Genéricas de productos agroalimentarios no vínicos se establece: «Las prácticas de producción serán las **tradicionales** de la zona de producción (...) En relación con la elaboración se contemplarán en el Reglamento los usos y sistemas de elaboración locales que imprimen el carácter y la singularidad a los productos protegidos» (el énfasis es nuestro). Sin embargo, ninguno de los reglamentos elaborados hasta ahora especifican en modo alguno las particularidades o los contenidos concretos de las prácticas de producción tradicionales de cada caso ni tampoco cuáles son «los usos y sistemas de elaboración locales que imprimen el carácter y la singularidad». Un sólo ejemplo sirve para ilustrar el contenido de todos los restantes. En el «Reglamento de la denominación de origen “Borjas Blancas”», se establece, en su Artículo 6.º, párrafo 1: «Las prácticas de cultivo serán las tradicionales que tiendan a conseguir la mejor calidad del aceite» y en el Artículo 10, «Las técnicas empleadas en la manipulación y molturación de la aceituna y en la extracción y conservación de los aceites, serán las adecuadas para obtener productos de máxima calidad, manteniendo los caracteres tradicionales de los aceites de la zona de producción». No se registran más especificaciones: la tradición parece un saco en el que cabe cualquier cosa, pero parece también un saco roto que no retiene ninguna.

*La cuestión del lugar, por su parte, remite a un debate muy abierto sobre los rasgos físicos y humanos de su caracterización. El lugar o el espacio remite a la noción de **terruño**, de origen, de localización, así como a área de extensión, de frontera, de paisaje particular... Asimismo se plantea otra cuestión fundamental: la de los **hábitos alimentarios** y la realidad compleja a la que estos hábitos refieren en las zonas rurales y semi-rurales cuando existen «productos de referencia». Pero los «hábitos» alimentarios no son estáticos de un modo absoluto. A lo largo del tiempo se producen tanto importantes continuidades como cambios muy significativos y más o menos bruscos. Así, por ejemplo, observamos, hoy, por una parte, evoluciones en las preferencias alimentarias hacia productos menos grasos, menos salados, menos ahumados. Estas nuevas preferencias tienen que ver con una nueva percepción de la salud y de la influencia que ejercen sobre ella productos alimentarios específicos. Pero, por otra parte, también, la necesidad de antaño de conservar determinados productos para posibilitar un consumo diferido y que pasaba por la utilización de sal, de grasa o del ahumado han dado lugar, hoy, a una preferencia alimentaria, que se basa tanto en una dimensión organoléptica, sensorial, como, también, en una dimensión identitaria, patrimonial, que remite a unas adhesiones de naturaleza diferente. Se trata de una contradicción sólo en apariencia: existen consumidores preocupados o interesados fundamentalmente por su salud y otros a los que les preocupa más el sabor y la identidad.*

*Los inventarios hasta ahora realizados confirman que los productos de la tierra, lejos de ser monolíticos, cubren realidades diferentes y plantean cuestiones específicas. Esta diversidad ha sido priorizada y, por esta razón, para la segunda fase de la investigación, se procedió a la selección de una quincena de productos (10) sobre los que se están realizando análisis en profundidad con el objetivo de desarrollar un método que permita evaluar el binomio «producto-sistema» y destacar los factores que caracterizan la especificidad de estas producciones (desde*

---

(10) Los quince productos elegidos son los siguientes: los embutidos **alheira** (Portugal), **salamina da sugo** (Italia), el **murson** (Francia) y la **botifarra dolça** (España); los quesos **bra** y **raschera** (Italia), **abondance** (Francia) y **tupí** (España); frutos como la cereza **cireglia di Vignola** (Italia), la **castaña de Ardèche** (Francia); una especie de lechuga silvestre, el **praebuggium** (Italia); un ave, el **gall del Penedés** (España); una legumbre, la **mongeta de Castellfollit del Boix** (España); y pescados como la **carpe de Dombes** (Francia) y la **anxova de l'Escala** (España).



*el punto de vista antropológico, histórico, económico y sensorial) y poder situar dicha especificidad en relación a la lógica de la reglamentación europea relativa a las denominaciones de origen y a las certificaciones de calidad y de especificidad (Reglamento de la CEE 208/92 de julio de 1992). En estos estudios monográficos (de los que en este número aparecen algunos avances relativos a algunos de ellos, concretamente, los embutidos **alheira** y **murson**, los quesos **tupí** y **abondance** y la fruta **cireglia de Vignola** (11), se está prestando un interés particular a la descripción de los sistemas técnicos de producción, destacando los momentos claves de la producción o elaboración de cada producto y a los grados de variabilidad existentes. En efecto, la cuestión de la variabilidad puede basarse en factores de distinto orden. Por ejemplo, en el caso de las producciones queseras industriales o caseras o en el caso de las producciones charcuteras domésticas, artesanales o industriales (casos del queso «abondance», o de los embutidos «botifarra dolça» o «salama de sugo»), se trata de factores de orden esencialmente económico, en la medida en que esta variabilidad descansa en el paso de una escala de producción a otra, implicando a veces variantes muy importantes que coexisten en el interior de una misma zona de producción. Sin embargo, las variantes dentro de una misma escala de producción (casera, artesanal o industrial) refieren fundamentalmente a factores de tipo cultural que dan lugar a variantes a menudo menos marcadas pero claramente identificadas como tales y que raramente coexisten en el interior de la misma zona geográfica. Así pues, resulta muy importante comprender mejor cuál es exactamente el papel que juegan lo económico y lo cultural en la generación de variantes.*

*Los inventarios llevados a cabo han tenido muy en cuenta, también, los saberes naturalistas vernaculares, particularmente aquellos que hacen referencia a los procedimientos de afinado, de fermentación, desecación, etc. y que indican de una manera general la gestión del pro-*

---

(11) Se trata de los artículos de Manuela Ribeiro y Conceição Martins (**La certificación como estrategia de valoración de los productos agroalimentarios tradicionales: la «alheira, un embutido tradicional de Trás-os-Montes»**); de Gilles Pignon (**Las producciones locales, entre la protección y la normalización: el caso del «murson»**); de Carmen Bertran (**Las producciones locales, entre la protección y la normalización: el caso del «tupí»**); de Muriel Faure (**Delimitación y especificidad: los quesos «abondance» y «raschera»**); y de Vincenzo d'Annunzio (**El sistema de la cereza de Vignola**).

ducto «vivo». Todos estos aspectos son muy importantes en relación a la lógica de la protección reglamentaria europea. En efecto, plantean cuestiones relativas a la denominación o a las denominaciones, a la relación entre producto y lugar, y se plantea por tanto la necesidad de precisar los criterios de delimitación de la zona de producción de un producto (cuestión, ésta, que aparece particularmente analizada en el artículo sobre el queso «abondance»), las variaciones en la composición, a la importancia de las variantes y su significación cultural, a la importancia de las distinciones culturales sobre el terreno, etc. Por otra parte, la cuestión de la protección tan recomendada y reivindicada al mismo tiempo, parece generar «efectos secundarios» no despreciables. Por ejemplo, la protección, ligada a menudo a la valoración de estos «productos de la tierra», puede ser sinónimo de exclusión, de desapropiación y, al mismo tiempo, de dinamismo. Estas posibilidades aparecen ejemplificadas en los artículos que analizan los casos del «murson», del «tupí» y del «abondance».

Asimismo, la quincena de productos elegidos como ejemplos más o menos representativos de la diversidad aludida en los párrafos precedentes está contribuyendo a enriquecer y renovar la reflexión relativa, particularmente, al análisis de determinados conceptos tales como **tierra o terruño, la tradición, lo local, la autenticidad, la tipicidad, la notoriedad**. Esta última noción, por ejemplo, nos remite directamente a la dimensión histórica de estas producciones. Ocurre que la historia sólo es concebida, hoy, a través de lo escrito, sólo de lo escrito se espera que proporcione pruebas tangibles en tanto que se sustenta sobre el papel (12). De ahí, por ejemplo, una cierta obsesión por encontrar referencias

---

(12) Los problemas de la aproximación histórica y, más particularmente, los problemas que presenta las fuentes escritas han sido abordados en dos artículos de este número. Son los de Antoni Riera (**Una aproximación a las fuentes medievales para el estudio de los «productos de la tierra»**) y de María Angeles Pérez Samper (**Fuentes para el estudio de los productos de la tierra en la época moderna**). El artículo de Lucie Bolens, **Riquezas de la tierra andaluza y primacía del aceite de oliva en la sociedad y la civilización de Al Andalus (siglos X-XVI)**, no responde al proyecto de investigación europeo que ha dado lugar a este número, pero lo hemos incluido porque, a pesar de que sus consideraciones finalizan en el siglo XVI y no alcanzan, por tanto, a nuestra situación contemporánea, constituye una muy buena ilustración de las posibilidades de la aproximación histórica cuando ésta se realiza utilizando la máxima diversidad de fuentes e, integrando, las informaciones más o menos parciales que éstas proporcionan, dentro del contexto más amplio que refiera a las razones del uso de un producto, en este caso el aceite, un producto, por otra parte, emblemático para el caso español.

*en los libros de los «viajeros» famosos o constancias de su consumo por parte de personajes nobles o ilustres. Sin embargo, la profundidad histórica de muchos de estos productos sólo puede ser aprehendida a través de la encuesta oral, pues puede darse el caso de que ningún viajero, crítico gastronómico, erudito local o ningún otro personaje «ilustrado» pasara por los lugares precisos para testimoniar su presencia, es decir, su notoriedad. Además de la encuesta oral, otras aproximaciones no encuadradas en la historia más convencional han sido puestas en práctica. Así por ejemplo, una particular atención ha sido concedida a la historia de los paisajes a través de la ecología histórica y de la etnobotánica y los análisis de las cartografías antiguas, de la iconografía y de la misma arqueología del paisaje. Este tipo de planteamientos se encuentran parcialmente recogidos en el artículo del historiador Diego Moreno y la etnobotánica Giuseppina Poggi, **Ecología histórica, caracterización etnobotánica y valorización de los productos de la tierra**, en este mismo número.*

*En cualquier caso, la dimensión histórica de esta investigación se interesa en situar estos «productos de la tierra» en el tiempo: desde cuándo son conocidos, si han experimentado variaciones y en qué medida o aspectos (sabor, color, composición, aplicación de nuevas técnicas, etc.). Cabe considerar, también, el área de difusión y el particular entorno socioeconómico, así como el valor que se les ha atribuido en cada época, intentando, asimismo, poner estos datos en relación con la evolución que han seguido los comportamientos alimentarios, los cambios ocurridos en las preferencias alimentarias y las razones, complejas, de los mismos. El análisis histórico se interesa, además, por los temas referentes a las estrategias autóctonas de gestión de los recursos naturales y su evolución en el tiempo y por el papel de las producciones «de la tierra» en el mantenimiento o renovación del paisaje o, dicho de otro modo, por la dimensión medioambiental subyacente a numerosos sistemas de producción locales.*

*Desde el punto de vista del análisis sensorial, se ha pretendido situar cada uno de los productos de la tierra seleccionados en relación a un universo de referencia de la misma familia que el producto estudiado. La evaluación sensorial ha comportado dos aproximaciones: a) una aproximación descriptiva, que utiliza unos descriptores específicos con*

la intención de precisar las propiedades sensoriales que permiten identificar los productos tanto a nivel de su aspecto u olor como de la textura y el gusto; y b) una aproximación hedonista, con la perspectiva de intentar medir el grado de satisfacción: evaluar la aceptabilidad global de los productos y las razones de su aceptación. Para ello se han comparado, para algunos productos, las respuestas dadas sucesivamente por un mismo jurado, que degusta el producto, primero de manera anónima y luego con una explicación completa que permita apreciar una dimensión cultural, ligada a las referencias históricas, a su fama y a la imagen del producto. Por otra parte, para evaluar si la tipicidad de un producto es unánimamente apreciada o, por el contrario, sólo es apreciada en su zona de origen, se han sido consultadas dos poblaciones diferentes: una consumidora habitual de la zona de producción, y una segunda muy diferente o alejada.

La aproximación económica del proyecto, cuya responsabilidad ha corrido a cargo del Profesor Emiro Endrighi, del Instituto de Zoonomía de la Universidad de Bologna, se concreta en numerosos puntos. Por lo que refiere a la caracterización de la estructura y de la organización del sector del producto, de los papeles de los diferentes actores implicados y de las relaciones que mantienen entre ellos, cabe decir que los productos de la tierra son elaborados normalmente por pequeñas empresas, a menudo familiares y con métodos «tradicionales» y, por tanto, generalmente, más costosos en relación a las producciones industriales. La ventaja competitiva, sin embargo, se obtiene a través del «sistema local» y del propio grupo doméstico que proporcionan los recursos específicos, así como la «cultura» que anima a los consumidores a valorar muy especialmente este tipo de productos. Por otra parte, los productores están cada vez más especializados, lo que permite reducir los costos. A pesar de ello, la estimación de la cantidad global de negocio del producto y de la importancia del sistema/producto en relación a la economía de la zona, tanto en la actualidad como en el pasado, resulta una tarea difícil, sobre todo teniendo en cuenta, el papel del autoconsumo y la marginalidad de algunas producciones. Los aspectos socioeconómicos del consumo se revelan muy importantes, sea a nivel local o en el exterior. La correspondencia entre las expectativas de los consumidores y las características globales de los productos es favorable para una valoración positiva de los mismos, para una apreciación de la diferen-

*ciación y de la especificidad. La noción de valor añadido, estrechamente ligada a la valorización, es fundamental, pero es necesario reflexionar para comprender e identificar mejor su contenido: valor añadido inmaterial, procedente de la cultura, de la historia, del paisaje, de las características organolépticas... Asimismo, este valor añadido puede abordarse con una perspectiva dinámica, asociada a la conservación, por ejemplo, de un tipo de pastos, al mantenimiento de un paisaje, a la conservación de un patrimonio o a la construcción de una identidad, etc.*

*Desde la perspectiva socioeconómica resulta importante conocer la estructura y la organización de las empresas del sector; así como el nivel de ingresos y costos de los diferentes actores; la organización y el funcionamiento de los canales de comercialización y las relaciones con el mercado; conocer cuáles son los mercados específicos de cada producto o del conjunto de los mismos con la intención de seguir mejor el conocimiento y la percepción del producto por parte del consumidor; comprender las aspiraciones de los consumidores en lo que refiere al nivel de calidad, de imagen y precio de producto; y verificar la capacidad de las unidades de producción, para mejorar su capacidad económica, así como considerar, en determinadas condiciones, la posibilidad de transferir tecnología a unidades más importantes para aumentar los ingresos, aunque manteniendo los mismos productos y con las mismas características. Todas estas cuestiones son fundamentales en relación a las posibilidades de desarrollo económico para los productores y sus zonas de producción. El desarrollo económico, sin embargo, plantea algunos interrogantes inevitables. Por ejemplo, ¿resulta compatible, y hasta qué punto, con el mantenimiento de la especificidad del producto? ¿Son más vulnerables unos sectores que otros? Es evidente que cada producto o tipo de productos supone una problemática diferente como lo ilustran los estudios de caso que se recogen en este número. Muchas de estas cuestiones han sido tratadas en el artículo de Ana C. Gómez y Pedro Caldentey, **Productos típicos, territorio y competitividad**.*

*Los análisis monográficos de cada uno de los productos, integrando todas y cada una de las perspectivas señaladas, deberán permitir, en una tercera fase todavía pendiente, reflexionar sobre los contenidos particulares de los conceptos de calidad y de tipicidad para estos pro-*

*ductos y proponer estrategias de valoración de los mismos que permitan asociar patrimonio sociocultural, conocimiento tecnológico, recursos económicos y gestión del medio.*

*Más concretamente, esperamos que los materiales aportados por cada uno de los estudios monográficos, y por la perspectiva que pueda proporcionar la globalidad constituida por todos ellos, permitan desarrollar una serie de temas presentes todos ellos en nuestras encuestas. En primer lugar, es necesario situar los recursos de la tierra dentro de las diferentes producciones llamadas de «particular calidad» (productos de granja, biológicos, regionales, locales) con el apoyo de un trabajo terminológico y bibliográfico. La tradición resulta muy solicitada en el marco de un mejor conocimiento de estas producciones. Ello constituye un eje de investigación privilegiado y plantea un cierto número de cuestiones que afectan particularmente a su evolución. Efectivamente, si los recursos tienen sus raíces en el pasado, éstos han de ser restablecidos desde una perspectiva evolutiva. ¿Cuáles son los elementos que constituyen el núcleo de una tradición y sobre los cuales no se puede intervenir si no quiere ponerse en peligro su propia existencia y la pérdida de su especificidad? La dimensión patrimonial de las producciones locales está cada vez más fuertemente afirmada, pero ¿por quién y con qué objetivos puede, por ejemplo, ser susceptible de jugar una función identitaria para los grupos sociales afectados; o más bien parece requerida para volver a dar sentido a los territorios? Los productos de la tierra hacen referencia a un saber compartido por toda una comunidad. Puede decirse que experimentan un proceso de patrimonialización. En este sentido, pueden convertirse en unos bienes con un estatuto muy particular, susceptibles de una apropiación colectiva, hasta el punto de llegar a representar una propiedad intelectual, susceptible de ser explotada como «renta cultural». En fin, también es muy importante identificar los puntos débiles en la capacidad de estos sistemas de producción para reproducirse, como consecuencia, por ejemplo, de las dificultades existentes en la transmisión de los conocimientos tradicionales o su transferencia, o como consecuencia de la evolución de las estructuras de propiedad de la tierra o de la aplicación de las nuevas normas sanitarias, etc.; Todas estas nociones deben ser evaluadas con sumo interés y cuidado e integrarlas en un proceso de reconocimiento y valoración. Precisamente, a este proceso de reconocimiento y valoración quiere*

*contribuir este número monográfico de AGRICULTURA Y SOCIEDAD. Esperamos que sea sólo una primera aportación y que a partir de aquí, los estudios y las reflexiones se multipliquen y contribuyan no sólo a un mejor y mayor reconocimiento de los productos en cuestión, sino también, y sobre todo, al reconocimiento y valoración de sus productores.*

**L. Bérard (CNRS), J. Contreras (UB) y P. Marchenay (CNRS)**



Portada de la edición más antigua conocida del *Llibre del Art de Coch* (1520) del cocinero Ruperto de Nola.