

¿SON LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS UNA HERRAMIENTA EFICAZ PARA EL DESARROLLO DE LOS TERRITORIOS RURALES? LA EXPERIENCIA DEL «VALE DOS VINHEDOS» EN EL SUR DE BRASIL¹

**Dos Anjos, Flávio Sacco²
Caldas, Nádia Velleda³**

Recibido: 20-11-2012 Revisado: 01-04-2013 Aceptado: 07-04-2013

RESUMEN

En este trabajo los autores analizan la cuestión relativa a las indicaciones geográficas en cuanto instrumento para el desarrollo de los territorios rurales. Tras realizar un rescate del tema, se ofrece al lector la oportunidad de conocer una experiencia concreta existente en una región específica –el *Vale dos Vinhedos*, localizada en el sur de Brasil–, marcada por la influencia de la colonización italiana que se llevó a cabo en la segunda mitad del siglo XIX. Como conclusión general se puede afirmar que dicha experiencia es bastante rica en cuanto a enseñar las posibilidades que brindan las indicaciones geográficas respecto al desarrollo de los territorios rurales. Sin embargo, también es cierto que pueden resultar problemas relacionados con una valorización no controlada de la cultura y de la identidad regional.

Palabras clave: indicaciones geográficas, desarrollo territorial, denominaciones de origen, desarrollo rural, Sur de Brasil.

ABSTRACT

This paper analyzes the issue of geographical indications as an instrument for the development of rural territories. After realizing a rescue of this question, the article presents a concrete experience in a specific region –the *Vale dos Vinhedos*– in the southern of Brazil marked by the influence of the Italian colonization carried out in the second half of the 19th century. The experience is quite rich in terms of the possibilities offered by the geographical indications to the development of rural areas, but, at the same time problems related to uncontrolled exploitation of culture and regional identity may appear.

Key words: geographical indications, territorial development, designations of origin, rural development, Brazil.

1 Agradecemos a las dos instituciones de fomento que han impulsado y financiado este proyecto de investigación, FAPERGS, a través del Programa de Apoyo a Núcleos Emergentes (Processo N° 11/2044-2), y el Acuerdo Brasil-España (CAPES – DGU) existente entre la Universidade Federal de Pelotas, la Universidad de Sevilla y la Universidade Federal de Santa Maria.

2 Licenciado en Agronomía (Universidade Federal de Pelotas, Brasil); M.Sc. en Sociología (Universidade Federal de Rio Grande do Sul, Brasil); Doctor en Sociología (Universidad de Córdoba, España). Profesor del Programa de Doctorado en Sistemas de Producción Agrícola Familiar y del Programa de Posgrado en Sociología de la Universidade Federal de Pelotas, Pesquisador II del Conselho Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento Tecnológico. **Dirección postal:** Departamento de Ciências Sociais Agrárias, Universidade Federal de Pelotas, Campus Universitário, s/n. CEP 96001-970. Pelotas, Rio Grande do Sul, Brasil. **Telefone:** +55-53-32757256; **e-mail:** saccodosanjos@gmail.com

3 Licenciada en Sociología, Doctora en Agronomía y M.Sc. en Ciencias (Universidade Federal de Pelotas, Brasil). Profesora del Programa de Doctorado en Sistemas de Producción Agrícola Familiar. **Dirección postal:** Departamento de Ciências Sociais Agrárias, Universidade Federal de Pelotas, Campus Universitário, s/n. CEP 96001-970. Pelotas, Rio Grande do Sul, Brasil. **Telefone:** +55-53-32757257; **e-mail:** velleda.nadia@gmail.com

RÉSUMÉ

Cet article analyse la question des indications géographiques en tant qu'instrument pour le développement des territoires ruraux. Après avoir réalisé un examen de ce sujet, on offre au lecteur l'opportunité de connaître une expérience concrète existante dans une région spécifique –le *Vale dos Vinhedos*– dans le sud du Brésil, marqué par l'influence de la colonisation italienne réalisée dans la seconde moitié du XIXe siècle. En guise de conclusion générale, on peut dire que l'expérience est très riche en termes de possibilités offertes pour enseigner les indications géographiques sur le développement des zones rurales. Mais également faire grand-chose à avoir des problèmes liés à l'exploitation incontrôlée de la culture et de l'identité régionale. **Mots-clé:** indications géographiques, développement territorial, appellations d'origine, le développement rural, le Sud du Brésil.

RESUMO

Neste trabalho analisamos a questão relativa às indicações geográficas como um instrumento para o desenvolvimento dos territórios rurais. Após realizar uma revisão sobre a matéria, apresentamos ao leitor a oportunidade de conhecer uma experiência concreta existente numa região específica – o Vale dos Vinhedos – no Sul do Brasil, a qual é marcada pela influência da colonização italiana, a qual foi levada a efeito na segunda metade do século XIX. Como conclusão geral, pode-se afirmar que se trata de uma experiência bastante rica na perspectiva de mostrar as possibilidades das indicações geográficas do ponto de vista do desenvolvimento dos territórios rurais. Não obstante, também é certo que podem surgir problemas decorrentes de uma valorização não controlada da cultura e da identidade regional. **Palavras-chave:** indicações geográficas, desenvolvimento territorial, denominações de origem, desenvolvimento rural, Sul do Brasil.

1. INTRODUCCIÓN

Las ciencias sociales brasileñas han experimentado una importante renovación temática en el transcurso de los dos últimos decenios. Nuevos temas han sido incorporados a una agenda de investigación que emerge –sobre todo–, de las demandas de la sociedad y de la presión que sobre el Estado ejercen los grupos sociales organizados, tanto los que vertebran los intereses agrarios y rurales (organizaciones profesionales, sindicatos, cooperativas y otros) como los que actúan en los espacios urbanos (consumidores, ecologistas y otros). En un esfuerzo de síntesis y para ilustrar el hilo argumental de este trabajo, cabe establecer tres grandes ejes temáticos que conforman la nueva agenda investigadora en el campo de los estudios agrarios y rurales: 1) la consolidación de la agricultura familiar como categoría de análisis y objeto de atención de las políticas públicas; 2) la incorporación del principio de sustentabilidad (debido a la influencia que ejercen organizaciones brasileñas e internacionales altamente sensibles a los problemas ambientales y sociales provocados por los modelos de agricultura intensiva); y, 3) los estudios sobre

la nueva ruralidad, donde se reconocen las nuevas dinámicas observadas en el campo brasileño en lo relativo a la ocupación laboral de la población residente en esas zonas (pluriactividad, empleo rural no agrícola, prestación de servicios) que configuran una estructura social compleja y heterogénea en la que –además de los agricultores–, emergen nuevos actores sociales que dependen cada vez más de actividades e ingresos que poco o nada tienen que ver con la dinámica *stricto sensu* de la agricultura.

Es precisamente en el ámbito de ese tercer eje temático donde se sitúa el foco de este trabajo, cuyo objetivo es analizar la importancia de las estrategias de valorización de productos agroalimentarios para repensar el presente y el futuro de los territorios rurales en Latinoamérica. La aproximación que se busca desarrollar en este trabajo se basa en una experiencia existente en el estado más meridional de Brasil –Rio Grande do Sul– que alberga en su interior uno de los más importantes sectores de la agricultura familiar brasileña. Resulta que en el interior de una zona precisa de Rio Grande do Sul –la llamada «*Serra Gaúcha*»– marcada por los rasgos de la colonización ita-

liana, surge la primera experiencia de indicación geográfica de este país, con el objeto de proteger a los vinos y espumantes del llamado «*Vale dos Vinhedos*».

El artículo tratará de analizar dicha experiencia, centrándose no sólo en mostrar la importancia del tema, sino también sobre las condiciones que han permitido su aparición en esta parte de la geografía brasileña. Para ello, se dedicará el segundo apartado a presentar unos rasgos generales que definen las indicaciones geográficas en el actual contexto, mientras que en el tercero apartado se analiza esta cuestión en Brasil. El cuarto apartado pone de relieve la experiencia del «*Vale dos Vinhedos*», a la que se considera como una situación prototípica de los procesos que se están llevando a cabo en Brasil y en otros países latinoamericanos en este ámbito. El examen de dicha iniciativa supone reflexionar acerca de los límites y posibilidades que nos brindan las indicaciones geográficas para el desarrollo de los territorios rurales. Es esta la tarea que nos proponemos desarrollar en el quinto y último apartado del artículo.

2. LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS

En la última década el tema de las indicaciones geográficas de productos agroalimentarios ha despertado un interés creciente en los países latinoamericanos, tanto desde el punto de vista académico como desde la perspectiva de la actuación de las agencias de fomento y desarrollo rural como es precisamente el caso de FAO e IICA (Riveros, Vandecandelaere, Tartanac, Ruiz & Pancorbo, 2008).

Dicho período coincide con la aparición de muchos estudios y eventos⁴ cuyo foco es analizar la importancia de las figuras de protección de los llamados «productos con identidad cultural» para fomentar el desarrollo de unas zonas rurales marcadas por el aislamiento y la marginación de los grupos sociales. Desde el punto de vista de los autores del presente estudio, el entusiasmo despertado en Latinoamérica sobre el asunto es en parte resultante

del «éxito inesperado en los últimos años» (Saraceno, 2007, p. 167) de las políticas de desarrollo rural llevadas a cabo en la Unión Europea, en las que sobresalen los objetivos territoriales y de identidad cultural, a raíz de los impactos positivos que pueden engendrar sobre la economía y la sociedad rural en general.

Hay, por supuesto, una gran distancia que separa al contexto europeo y al latinoamericano en lo que afecta al panorama de las indicaciones geográficas⁵ en toda su diversidad. Mientras en el segundo caso apenas se han dado los primeros pasos en el establecimiento de una legislación específica sobre el asunto, al calor del surgimiento de las primeras experiencias de protección de productos agroalimentarios, en el viejo continente hay un amplio marco regulador y normativas específicas tanto al nivel europeo como en el plan de los Estados Miembros, e incluso en la esfera de las Comunidades Autónomas, como es precisamente el caso de España.

Aparte del optimismo verificado en los dos ámbitos (europeo y latinoamericano) por parte de las agencias de desarrollo y de los actores sociales implicados, no se puede negar que el tema suscita algunas contradicciones. En este sentido, hay que pensar que el rol desempeñado por tales figuras de protección es un hecho incontestable, pero por otra parte su proliferación puede poner en entredicho la eficacia de este tipo de estrategia desde el punto de vista de la capacidad del consumidor para evaluar de forma clara e inequívoca las supuestas singularidades de los productos y los aspectos positivos con que se los quiere identificar. En Europa (CEE, 2008) bajo el concepto de «productos de calidad diferenciada» se incluye no solamente aquellos artículos que llevan una marca diferencial, como son las Denominaciones de Origen Protegidas y las especialidades regionales garantizadas, o como son también los productos vinculados a la producción ecológica o a la producción agraria integrada.

5 Sobre la cuestión de las preferencias de los consumidores acerca del origen de los productos, véase el estudio de Resano, Sanjuán & Albisu (2012) respecto a la compra de jamón curado y sistemas de certificación de calidad en la Unión Europea, como es precisamente el caso de las Denominaciones de Origen Protegidas.

4 Véase el caso del *International Seminar de la Red SYAL* ocurrido en Parma (Italia), entre los días 27 y 30 de octubre del 2010.

Lo que sí parece claro es que no solamente son distintas las circunstancias y los contextos que hacen emerger dichas iniciativas en ambos ámbitos geográficos (latinoamericano y europeo), sino –sobre todo–, la dinámica que acompaña tales procesos y los respectivos resultados que se pueden lograr desde la óptica de alcanzar el desarrollo de los territorios. El presente artículo busca incidir en ese debate.

En este trabajo se va a sostener que las indicaciones geográficas pueden convertirse en un importante instrumento para el desarrollo de zonas rurales latinoamericanas, siempre y cuando exista una base conceptual más amplia que contemple los aspectos relativos a la identidad cultural de los territorios en el centro de las estrategias de intervención⁶. Se parte de la premisa de que se trata de fomentar no solamente los vínculos verticales de la cadena de valor de un determinado producto típico de una zona, sino sobre todo los vínculos horizontales que establecen entre sí los distintos actores implicados en la puesta en valor de los productos y procesos en el contexto de los territorios.

3. LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS EN BRASIL

El marco legal de las indicaciones geográficas en Brasil (Ley 9279 del 14/05/1996) es muy reciente y contempla tan solo dos grandes figuras de protección, a saber: la Indicación de Procedencia (IP) y la Denominación de Origen (DO). La IP se refiere al nombre geográfico del país, ciudad, región o localidad de su territorio y que se hizo conocida como centro de extracción, producción o fabricación de un determinado producto o por la prestación de un determinado servicio. Por su parte, la DO indica el nombre geográfico del país, ciudad, región o localidad de su territorio y que designa el producto o servicio cuyas cualidades se deben *exclusiva o esencialmente* al medio geográfico, incluyendo los factores naturales y humanos.

La distinción entre ambas figuras está en el hecho de que en la IP lo relevante es la notoriedad asociada a la calidad que alcanzó un determinado producto o servicio, mientras que en el caso de la DO la excelencia de uno u otro debe obligatoriamente estar asociada a los aspectos físicos (suelo, agua, clima), humanos y culturales del medio en donde hubo el proceso de obtención o producción.

Pero tanto la IP como la DO deben tener sus respectivos registros en el Instituto Nacional de Propiedad Industrial de Brasil (INPI). Hasta el año 2010 había tan solo seis (6) IG nacionales aceptadas por el INPI, siendo la más antigua la de los vinos (tintos, blancos y espumantes) del «Vale dos Vinhedos» (2002), seguida por la del «Café dos Cerrados» (2005), la de la Carne bovina y derivados del «Pampa Gaúcho da Campanha Meridional» (2006), la del aguardiente «Cachaça de Paraty» (2007) y la del cuero curtido en el «Vale dos Sinos» (2009). Sin embargo, en el momento de escribir de este artículo existían ya 33 indicaciones geográficas reconocidas por el INPI, siendo veintiséis de ellas IP y siete DO.

No obstante, si en el caso de Europa este tipo de dispositivo de diferenciación se refiere en exclusivo a productos agroalimentarios, en Brasil la situación es totalmente distinta, dado que se reconoce como indicación geográfica a productos que no tienen relación directa con la agricultura o con el mundo de los alimentos (calzados, artesanías de paja o ollas de barro, tan solo por citar algunos ejemplos). Desde nuestro punto de vista, este es uno de los problemas relacionados con los procesos de institucionalización de dispositivos de diferenciación en Brasil en cuanto instrumento de desarrollo de los territorios rurales.

4. EL CASO DEL VALE DOS VINHEDOS

La privilegiada situación de Río Grande do Sul respecto de los demás estados brasileños, situado en el extremo meridional de ese país, en la frontera con Argentina y Uruguay, no es sólo consecuencia de sus mejores y más eficientes estructuras productivas, sino resultante también de las singulares características que tuvo el proceso colonizador en esa unidad federativa a lo largo de la segunda mitad del siglo XIX y hasta la primera mitad del siglo XX.

6 Convergimos, por tanto, con las grandes hipótesis que sostienen el Proyecto «Desarrollo Territorial Rural con Identidad Cultural» llevado a cabo desde el año 2005 por el Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural (RIMISP, 2012).

Para el hilo argumental del presente artículo, interesa destacar dos grandes efectos del proceso colonizador: contribuir a la constitución en este estado de uno de los más importantes sectores de agricultores familiares⁷ de Brasil y asentar las bases para el proceso de industrialización regional, incluyendo –por supuesto–, el caso de la producción de vinos. Tales efectos estuvieron ligados estrechamente al protagonismo adquirido por los colonos provenientes de Europa (alemanes, polacos e italianos), unos colonos que incorporaron a la sociedad de esta región brasileña un *ethos* singular (Gaiger, 1994; Tedesco, 1999) que plasmaba los rasgos típicos del campesinado centroeuropeo, principalmente su dinamismo para la diversificación de las unidades familiares de producción.

Los analistas suelen estar de acuerdo en el hecho de que las raíces de la industrialización de las zonas septentrionales de Rio Grande do Sul se encuentran precisamente asociadas al florecimiento de esta «agricultura colonial» y al proceso de acumulación de capital allí resultante, un fenómeno en el que tuvo una importancia decisiva el conocimiento técnico de los inmigrantes. A ello habría que añadir la intensa articulación que se fue desarrollando en esa zona entre ciertas ramas de actividad industrial (metalurgias, textiles, calzados, vinos, etc.) y las estrategias seguidas por las familias rurales para garantizar su reproducción, dando a la dinámica social y económica de estos territorios un rasgo diferenciador respecto de otras regiones brasileñas. Para valorar la magnitud de estas singularidades basta con decir que el estudio de esa realidad engendró la aparición de las primeras referencias (Schneider, 1995, 1999; Sacco dos Anjos, 1995, 2001; Sacco dos Anjos & Velleda Caldas, 2007) sobre la cuestión de la pluriactividad en Brasil. En esa región dicho fenómeno aparece identificado con la típica fi-

gura del campesino-obrero (*worker-peasant*) que compagina la explotación de su pequeña finca con un empleo estable en una de las fábricas de las distintas ramas citadas anteriormente, incluso en el sector vitivinícola.

No obstante, importa destacar una faceta de este escenario y que está relacionada con la trayectoria de la inmigración italiana en una zona precisa de Rio Grande do Sul, cual es la llamada «*Serra Gaúcha*», conocida como uno de los principales destinos turísticos del Sur de Brasil y que además es responsable por aproximadamente el 90% de la producción nacional de vinos. Y es precisamente en el interior de la *Serra Gaúcha* que se encuentra la primera experiencia de indicación de procedencia de Brasil (*Vale dos Vinhedos*), que se está convirtiendo en la primera denominación de origen de vinos del país. La historia de esa experiencia no puede ser contada sin referenciar el papel desempeñado por los inmigrantes italianos que llegaron a esa zona en el año 1875.

Hasta comienzos del siglo XX el vino se producía con el objetivo de atender fundamentalmente el consumo propio de las familias, utilizándose las variedades rústicas (americanas). Es precisamente en las décadas de 1970 y 1980 cuando se entra en otra etapa de la vitivinicultura, con el aporte de capital internacional y con la búsqueda de perfeccionamiento en los sistemas de producción, proceso este impulsado por la ampliación del mercado interno, en aras de absorber vinos de mejor calidad.

En esas fechas Brasil adopta una política de incremento de calidad, centrada en los llamados «vinos varietales». Como indica Tonietto (2005:143), son vinos en los que el elemento de destaque no es la región donde se produce, sino la variedad de la uva utilizada en su elaboración. Pero el período subsiguiente coincide con una serie de cambios en los que se subraya la creación del Mercado Común del Cono Sur (Mercosur) y los efectos que produce sobre el sector vitivinícola nacional con la entrada de los vinos procedentes de Argentina, Uruguay y de otros países (especialmente de Chile), que ingresan en Brasil bajo unas condiciones arancelarias que promueven una fuerte competencia con el producto nacional.

Es justo en el marco de esas cuestiones que se debe entender no solamente la creación de

7 Se considera el más importante sector de la agricultura familiar brasileña, no exactamente por el número de productores identificados con esas características (alrededor de 400 mil explotaciones en esta unidad federativa brasileña), sino por su conocido dinamismo y presencia en los mercados nacionales e internacionales como en el caso de las grandes cadenas de productos de exportación (tabaco, soja, carnes de pollo, cerdo y derivados, además de hortalizas, etc.).

la Asociación de los Productores de Vinos Finos del «Vale dos Vinhedos» (Aprovale), para defender los intereses de los productores, sino todo un conjunto de iniciativas centradas en el objetivo de demostrar el «efecto *terroir*» de la región. Con eso Brasil ingresa, según Tonietto (2005, p. 144), en la producción de los llamados vinos de «cuarta generación», que deben afirmar la identidad y calidad del vino nacional, sea en el marco del mercado nacional –que sufre la feroz competencia del producto importado–, sea en las posibilidades que brindan los mercados internacionales.

La estrategia adoptada culminó en la aparición de la primera indicación de procedencia (IP) de Brasil, en el año 2002, bajo el cual se procede a la adopción de criterios de delimitación geográfica y creación de un Consejo Regulador. La IP abarca una superficie de 81,23 km² y se distribuye por tres municipios (Bento Gonçalves, Garibaldi y Monte Belo do Sul). Los productos protegidos son los vinos tintos, blancos y espumantes, habiendo un conjunto de procedimientos rigurosos que deben ser cumplidos para que los productos lleven la etiqueta «Vale dos Vinhedos». Actualmente la Aprovale congrega 31 bodegas, además de 28 asociados que incluyen hoteles, restaurantes, queserías, posadas y otras empresas. La principal agencia de investigación agraria de Brasil (la Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária, Embrapa) tuvo un destacado rol en este proceso, en el que se buscaban salidas a la crisis producida por la competencia ejercida por los vinos extranjeros.

Dicha experiencia produjo importantes efectos tanto en el plan interno como externo a la región. En el primer caso hay que aludir no solamente los beneficios que acarrea sobre la producción vinícola (tanto en el plan de las industrias como en el contexto de las explotaciones agrarias) la incorporación de la trazabilidad y los diversos mecanismos de control de la calidad de las uvas, sino el fortalecimiento de una identidad regional calcada en la alusión a la historia de los pioneros. Esta se plasma en el encanto de unos paisajes que incluyen caminos rurales, caseríos de piedras, antiguas bodegas, en medio a un escenario que parece reproducir el lejano Véneto, la Lombardía o el Piemonte italiano.

En ese sentido, el éxito verificado tras la creación de la indicación geográfica por Aprovale indujo a que se creasen en la región otras asociaciones de productores volcadas al objetivo de crear iniciativas similares, como es el caso de Aprobelo (*Associação dos Vitivinicultores de Monte Belo do Sul*), Afavin (*Associação Farroupilhense de Vinicultores*), Apromontes (*Associação de Produtores dos Vinhos dos Altos Montes*) y Asprovinho (*Associação dos Produtores de Vinhos de Montanha*). Dichas asociaciones se hallan actualmente articuladas en torno a un ambicioso proyecto nacional llamado⁸ *Wines of Brazil*, cuyo objetivo central es dar a conocer internacionalmente la calidad y singularidad de los vinos del país, en dónde hay indiscutiblemente un alto nivel de protagonismo de esta zona ubicada en el interior de la «*Serra Gaúcha*».

En el ámbito externo se debe mencionar que dicha iniciativa supuso un verdadero acicate para que aflorasen otras experiencias de indicación geográfica en Rio Grande do Sul (*Carne do Pampa Meridional Gaúcho* y *Couros do Vale dos Sinos*) y en otras regiones del país como es el caso de la *Cachaça de Brasil* (aguardiente de caña de azúcar) y del *Café do Cerrado* solo por citar algunos ejemplos.

Pero hoy por hoy el *Vale dos Vinhedos* tiene que eludir ciertas dificultades relacionadas mayormente con el esfuerzo por conciliar los distintos intereses implicados (públicos y privados) y sedimentar las bases para una estrategia territorial de largo plazo. Uno de los grandes problemas recae en el hecho de que hay un protagonismo excesivo de las grandes vinícolas a causa de su elevado peso económico y político en el ámbito local y regional.

Asimismo, el balance final de esa iniciativa es muy positivo, particularmente desde la perspectiva de propiciar la emergencia de una serie de estrategias e iniciativas cuyo anclaje se asienta sobre lo que se pasó a denominar «enoturismo». En la misma zona (*Serra Gaúcha*) y bajo el mismo tipo de apelación (la

8 Véase a propósito el enlace http://www.winesofbrasil.com/Default_pt.aspx. Sobre el marco que regula las indicaciones geográficas en dichos países, véase Mercosur (1995).

cultura italiana y los encantos del entorno natural y paisajístico), se pusieron en marcha otros procesos de valorización de la identidad regional, como en el caso de los *Caminhos de Pedra*. La identidad étnica ítalo-brasileña forjada en la saga de los inmigrantes se asienta sobre ciertos rasgos muy marcados e íntimamente conectados (la religiosidad, la cultura campesina, la gastronomía, la ética del trabajo, etc.) que conjuntamente han sido decisivos en la construcción de un imaginario social claramente reconocible en Río Grande do Sul y en el resto del país.

La arquitectura típica de los caseríos de piedra y la belleza de los caminos rurales se conectan de forma armónica e indisoluble con la atmósfera del mundo del vino. Es un proceso reciente y que ha exigido una serie de medidas destinadas no solamente a recuperar y preservar el patrimonio material –para consolidar dicha ruta turística–, sino sobre todo en pro del rescate de ciertos bienes *inmateriales* (la lengua, el folclor, el arte, las habilidades manuales, etc.) y de la profesionalización de los actores locales (Cerdán, Souza & Flores, 2009: 307).

Precisamente dichas experiencias revisten particular interés para el estudio de los procesos de desarrollo territorial en Latinoamérica y en Brasil. Ello se debe al hecho de que sus trayectorias se encajan con las tendencias actuales que apuntan hacia el reconocimiento de la emergencia de un modelo de ruralidad *«que ha terminado por acuñar una nueva marca: la de producto rural, cuyo valor añadido reside, precisamente, en el poder que les confiere su pertenencia a la cultura y al patrimonio local»* (Aguilar & Amaya, 2007: 110). No obstante, mientras la trayectoria experimentada en el caso del «Vale dos Vinhedos» se presenta como una estrategia típica de puesta en valor de una cadena de producto (los vinos y espumantes), la de los Caminos de Piedra representa una estrategia de «canasta de bienes» más vinculada al desarrollo integral del territorio.

En este sentido, Acampora & Fonte (2007: 194) señalan que mientras la estrategia de cadena está centrada en la valorización de un producto específico, con objeto de permitir al producto portador de la identidad cultural «viajar» a mercados lejanos y sin perder el vínculo con sus propias raíces, en el segundo caso se trata de valorizar la identidad territorial no por medio

de un único producto, sino a través de una canasta de bienes dentro de la cual uno de los «marcadores de identidad» puede ser protagonista. Sin embargo, mientras la primera vía privilegia los vínculos verticales, en la segunda vía la primacía recae sobre los vínculos horizontales de los actores involucrados. No obstante, las dos estrategias pueden convivir y son perfectamente compatibles, convergentes y/o complementarias.

Pero importa destacar que las dos experiencias surgieron más bien como consecuencia de la iniciativa de los propios sujetos implicados en estos procesos, que propiamente por fuerza de la existencia de unas políticas de fomento comprometidas con estos objetivos. El conocido espíritu emprendedor de los descendientes de italianos del que se habla al comienzo de este apartado ha sido la fuerza esencial que impulsó dichas experiencias. Se trata de un aspecto recurrente en estas iniciativas, hecho que igualmente se constata en el ámbito europeo en el caso de los proyectos que surgieron al calor del impulso propiciado por la iniciativa LEADER⁹ y el programa PRODER¹⁰ en sus sucesivas ediciones.

Se ha hecho hincapié en la trayectoria reciente de las políticas de desarrollo territorial en el viejo continente y de cómo los productos

9 LEADER es el nombre con el que se conocen las sucesivas iniciativas comunitarias de desarrollo rural de la Unión Europea. Corresponde a las siglas en francés de *«Liaisons entre activités de Développement de l'Economie Rural»* (o Relaciones entre Actividades de Desarrollo de la Economía Rural). En la edición correspondiente al LEADER Plus (2000-2006) se puso énfasis especial en el desarrollo de cuatro aspectos o temas aglutinadores, a saber: a) utilización de nuevos conocimientos y tecnologías; b) mejora de la calidad de vida; c) valorización de los productos locales; y, d) valorización de los recursos naturales y culturales, como es precisamente el caso de las indicaciones geográficas de productos agroalimentarios en toda su diversidad.

¹⁰ El PRODER (Programa Operativo de Desarrollo y Diversificación Económica de Zonas Rurales) fue aprobado por la Comisión Europea en junio de 1996 para un período de cuatro años de duración. Sus objetivos coinciden en buena parte con los del LEADER, habiendo sido renovado para un segundo cuatrienio (2000-2006). Contempla un conjunto de programas que se han implementado exclusivamente en España.

con identidad territorial se conectan con los nuevos imperativos que derivan del paradigma de la multifuncionalidad de los espacios rurales y de la etapa postproductivista en la que estamos actualmente inmersos. No obstante, es necesario señalar unos aspectos que parecen centrales para enmarcar diferencias entre el contexto europeo y brasileño y con ello concluir sobre el potencial de las indicaciones geográficas y de los productos con identidad cultural, en aras a afrontar el reto del desarrollo de los territorios rurales.

Otro de los grandes problemas que afectan directamente al presente y el futuro de la experiencia del 'Vale dos Vinhedos' está relacionado con las amenazas producidas por la especulación urbanística dentro y en el entorno de la zona delimitada por esta indicación geográfica. La sobrevalorización de la tierra ha incrementado el interés de los inversores en convertir el suelo agrícola en espacio para la creación de 'condominios horizontales' para satisfacer el gusto de las clases más acomodadas de esta y de otras zonas del Estado de Rio Grande do Sul. El *glamour* de vivir en el interior del 'Vale dos Vinhedos' o incluso de tener allí una segunda vivienda para el ocio de los amantes de la vida rural es un poderoso incentivo para que se establezca un cuadro verdaderamente preocupante.

Coincidentemente, situación idéntica ha sido descrita por Brunori y Rossi en su estudio sobre el caso de la región de Chianti, en Italia. Según sus propias palabras, dentro del área delimitada por la Denominación de origen, «*the increase in economic and symbolic value has exacerbated these tendencies; as a consequence, the prices of houses and lands have become accessible only to multi-millionaires, usually foreigners*» (Brunori & Rossi, 2007, p.189). En este trabajo los autores señalan que uno de los factores clave para el éxito de las estrategias de desarrollo en las zonas rurales recae en la creación de patrones de gobernanza adecuados, cuyo principal resultado sea una comunicación fluida entre las organizaciones públicas y privadas en torno a objetivos y políticas integradas.

En el caso del 'Vale dos Vinhedos' hubo en los últimos cinco años una intensa actividad por parte del Consejo Regulador para hacer frente a los problemas relacionados con la especula-

ción inmobiliaria. Por otra parte, del mismo modo de lo que ocurre en la región de Chianti, la construcción de la identidad regional ha desatado una lucha por la hegemonía entre actores de dentro y de fuera del territorio. Esta cuestión guarda una estrecha relación con el argumento del presente estudio, pese a que su mirada no descansa en los aspectos que afectan al marco estricto de una cadena de valor como en el caso de los vinos de calidad, sino en las externalidades que genera dicho proceso sobre la construcción y reconstrucción de una identidad territorial y sobre los roles de los entes públicos y privados implicados. Sin embargo, no cabe duda que se trata de un tema novedoso y muy dinámico con lo cual toda aproximación es siempre muy limitada en el tiempo y en el espacio.

5. CONSIDERACIONES FINALES

Podemos concluir que los escenarios europeo y brasileño son muy distintos en cuanto a las circunstancias en las que se dio la emergencia de estas dinámicas y de los resultados que han sido alcanzados con base en los productos con identidad cultural de los territorios. Pero también es verdad que en el ámbito europeo hay ciertos problemas a afrontar, si se tiene en cuenta la situación actual de los mercados y los efectos que acarrea la proliferación reciente de marcas y etiquetas de productos agroalimentarios a que se ha hecho referencia anteriormente.

Desde el punto de vista de este estudio, una de las grandes dificultades en el caso brasileño recae en la inexistencia de un marco político e institucional efectivamente identificado con el abordaje territorial de los procesos y dinámicas que se quiere impulsar según las premisas presentadas anteriormente. En los últimos años el gobierno brasileño puso en marcha algunas acciones en el sentido de transferir ciertas competencias a los estados y municipios, así como para estimular la creación de consorcios intermunicipales para llevar a cabo algunas iniciativas y propuestas de desarrollo en temas como seguridad alimentaria, manejo de residuos e infraestructuras. Todavía hoy son en buena medida acciones muy tímidas para producir los efectos deseados en materia de cohesión social y fortalecimiento del tejido productivo en áreas rurales y en el ámbito de los pequeños municipios.

Lo que sí se constata es el fuerte predominio de un enfoque excesivamente localista, que impide consolidar alianzas más amplias, como las que necesita la construcción de una imagen del territorio a partir de unos productos que reflejen la identidad cultural de una determinada región.

Es verdad que los estados meridionales de Brasil cuentan con unas infraestructuras productivas más eficientes en relación con el resto del país y que incluso han conseguido lograr algunas experiencias exitosas en la valorización de productos regionales. Pero también es cierto que en buena medida dichas iniciativas se ciñen a una esfera estrictamente sectorial y agraria y, por lo tanto, son incapaces de establecer los vínculos horizontales o fomentar las sinergias en el ámbito local.

El balance de los logros conseguidos por las políticas de desarrollo rural en la UE es francamente positivo, pero no se puede olvidar la importancia asumida por los grupos de desarrollo local en ese proceso, así como el carácter innovador de la metodología de los Programa LEADER. En Brasil, las iniciativas de desarrollo rural y territorial son llevadas a cabo a través de los servicios de extensión agraria u organizaciones no gubernamentales, que, desde nuestro punto de vista, no se identifican de forma plena o mismo satisfactoria con estos planteamientos. El énfasis sigue poniéndose en las cadenas de productos específicos, donde predomina la verticalización de los procesos productivos.

Por otra parte, no cabe duda que el marco jurídico y normativo de Brasil resulta insuficiente para la protección de los productos típicos y eso es consecuencia del escaso número de indicaciones geográficas existentes en este país, si se compara con la situación actual de Europa y España, tal como ha hecho referencia anteriormente.

La experiencia del «Vale dos Vinhedos» cobra importancia por dos grandes razones. En primer lugar, porque se trata de la primera indicación geográfica de Brasil, convertida ahora (año 2012) en la primera denominación de origen de vinos y espumantes, lo que tendrá una influencia decisiva para incentivar otras iniciativas semejantes en este país. En segundo lugar, porque representa un ejemplo gráfico de lo que se puede avanzar en materia de

desarrollo, a partir de dos estrategias distintas, pero no excluyentes, de fortalecimiento de una identidad cultural común que se quiere proyectar al exterior: una, encarnada en la experiencia del «Vale dos Vinhedos» y apoyada en una estrategia típica de puesta en valor de un producto rural específico (el vino); y otra, identificada con una estrategia basada en una variedad de productos, dirigida al desarrollo integral del territorio. Pero en ambos los casos se evoca a una misma matriz cultural, cual es el imaginario social construido acerca de la colonización italiana en una amplia zona –*la Serra Gaúcha*– con unos rasgos socioculturales muy marcados.

La cultura *material* (caseríos de piedra, caminos rurales, antiguas cantinas, museo a cielo abierto de aperos de labranza, etc.) se conecta indisolublemente con la cultura *inmaterial* de los actores sociales del territorio, como son el campesinado, la ética del trabajo, la religiosidad o la tradición heredada de los antepasados procedentes de las zonas septentrionales de la vieja Italia en muchos ámbitos u oficios (gastronomía, artesanías, fiestas y celebraciones, entre otros).

Y es por ello que se quiere subrayar la necesidad de establecer una base conceptual más amplia que contemple los aspectos relativos a la identidad cultural de los territorios en el centro de las estrategias de intervención, y no solamente desde la óptica de las externalidades de una cadena de valor de un determinado producto, proceso o servicio. Pero para ello es necesario contar con unos instrumentos políticos más integrados, así como romper con la visión sectorial que asocia los espacios rurales al cumplimiento estricto de funciones productivas. Es crucial un cambio de mentalidad que reconozca la fuerza de estos planteamientos en la reforma de los instrumentos de intervención y del marco actual por donde transitan las políticas de desarrollo rural en Brasil y seguramente en los demás países del continente.

REFERENCIAS

- Acampora, T. & Fonte, M. (2007). Productos típicos, estrategias de desarrollo rural y conocimiento local. *Opera*, 7, 191-212.
- Aguilar Criado, E. & Amaya Corchuelo, S. (2007). El Patrimonio cultural como activo del desarrollo cultural. En Sanz Cañada, J. (Org.), *El Futuro del mundo rural: sostenibilidad, innovación y puesta en valor de los recursos locales* (pp. 104-124). Madrid: Editorial Síntesis.
- Brasil. Presidência da República (1996). Lei 9.279, de 14 de maio de 1996. Recuperado de <http://www.planalto.gov.br/CCIVIL/Leis/L9279.htm>
- Brunori, G. & Rossi, A. (2007). Differentiating countryside: Social representations and governance patterns in rural areas with high social density: The case of Chianti, Italy. *Journal of Rural Studies*, 23(2), 183-205. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jrurstud.2006.10.001>
- Cerdán, C., Souza, M. C. M. & Flores, M. (2009). El Patrimonio cultural como un elemento estratégico para el desarrollo territorial: dos casos de la inmigración italiana en Brasil. En Ranaboldo, C. & Schejman, A. (Eds.), *El valor del patrimonio cultural. Territorios rurales, experiencias y proyecciones latinoamericanas* (pp. 303-319). Lima: IEP RIMISP.
- Comisión de las Comunidades Europeas, CEE (2008). Libro verde sobre la calidad de los productos agrícolas, normas de comercialización, requisitos de producción y regímenes de calidad. Bruselas, 15 de octubre de 2008. Recuperado de <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0641:FIN:ES:PDF>
- Gaiger, L. I. (1994). A práxis coletiva dos sem-terra rumo à unidade ou à heterogeneidade cultural? *Cadernos de Sociologia*, 6, 177-203.
- Mercosur (1995). Ley N° 912, que aprueba el protocolo de armonización de normas sobre propiedad intelectual en el Mercosur, en materia de marcas, indicaciones de procedencia y denominaciones de origen. Recuperado de http://www.cej.org.py/games/Leyes_por_Materia_juridica/MERCOSUR/LEY%20N%C2%BA%20912.pdf
- Resano, H., Sanjuán, A. I. & Albisu, L. M. (2012). Consumers' response to the EU Quality policy allowing for heterogeneous preferences. *Food Policy*, 37 (4), 355-365. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.foodpol.2012.03.006>
- RIMISP (2012). Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural. Recuperado de http://www.rimisp.org/proyectos/nuevas_subsecciones.php?id_proyecto=188&id_subseccion=259
- Riveros, H., Vandecandelaere, E., Tartanac, F., Ruiz, C. & Pancorbo, G. (2008). *Calidad de los alimentos vinculada al origen y las tradiciones en América Latina: estudios de casos*. Lima: FAO-IICA.
- Sacco dos Anjos, F. (1995). *A Agricultura Familiar em transformação: O caso dos colonos-operários de Massaranduba, Santa Catarina*. Pelotas: Editora da UFPEL.
- Sacco dos Anjos, F. (2001). Pluriactividad y desarrollo rural en el Sur de Brasil. *Revista Internacional de Sociología*, 28, 173-205.
- Sacco dos Anjos, F. & Velleda Caldas, N. (2007). Pluriactividad y agricultura familiar en Brasil: el caso de Rio Grande do Sul. *Revista de la CEPAL*, 93, 157-173.
- Saraceno, E. (2007). Políticas rurales de la Unión Europea y proyectos territoriales de identidad cultural. *Opera*, 7, 167-189.
- Schneider, S. (1995). As transformações recentes da agricultura familiar no Rio Grande do Sul: o caso da agricultura em tempo parcial. *Ensaio FEE*, 16(1), 104-129.

Schneider, S. (1999). *Agricultura familiar e industrialização: pluriatividade e descentralização industrial no Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: UFRGS.

Tedesco, J. C. (1999). *Terra, trabalho e família. Racionalidade produtiva e ethos camponês*. Passo Fundo: EDIUPF.

Tonietto, J. (2005). Experiências de desenvolvimento de indicações geográficas: vinhos da indicação de procedência Vale dos Vinhedos. En Lages, V., Lagares, L. & Braga, C. (Orgs), *Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade: indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios* (pp. 141-155). Brasília: Sebrae.