



Estudios Sociales

47

Entre el desarrollo económico y la apropiación cultural. Apuntes para el debate sobre la valorización de alimentos emblemáticos

Between economic development
and cultural appropriation.

Notes for discussion on the valorization
of emblematic food

*Daniel de Jesús Contreras**

*Irma Luz Ramírez De la O**

*Humberto Thomé Ortiz**

Fecha de recepción: octubre de 2015

Fecha de aceptación: noviembre de 2015

* Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM)

Dirección para correspondencia: hthomeo@uaemex.mx

Resumen / Abstract

En este ensayo se abordan las raíces filosóficas y políticas de la acción de valorar como una forma de apropiación cultural y, por tanto, como un ejercicio de poder con muy distintas implicaciones. A partir de una lógica inductiva, se trabaja cualitativamente el problema de la valorización de alimentos, mediante una relación entre lo material y lo simbólico, lo interior y lo exterior. Se observa que el acto de valorizar los alimentos, no necesariamente representa el conjunto de valores involucrados en su contexto original de producción. Se concluye que la valorización puede prestarse para reducir el universo semiológico original de los alimentos mediante un proceso de instrumentalización de los valores como atributos diferenciadores orientados al mercado, lo que conduciría a una disputa entre los actores internos y externos involucrados en procesos de desarrollo basados en la valorización de alimentos emblemáticos.

Palabras clave: alimentos emblemáticos, valorización, desarrollo, economía, apropiación cultural.

This paper is a reflection on the concepts of value, recovery and enhancement of the iconic foods. To do this, the philosophical and political principles of enhancement of food are studied as a form of cultural appropriation and thus as an exercise of power with very different implications. From an inductive logic, the problem of valuing food is qualitatively addressed from the relationship between the material and the symbolic, the interior and exterior. It is noted that the act of enhancing food does not necessarily represent the set of values involved in the original production context. It is concluded that the assessment of food can be given to reduce the original semiotic universe of iconic food through a process of exploitation of its unique characteristics as differentiating attributes market-oriented, leading to a dispute between internal and external stakeholders in development processes.

Key words: emblematic food, valorization, development, economics, cultural appropriation.

Introducción y nota metodológica

En años recientes, los *alimentos emblemáticos* (AE) han cobrado relevancia. Nos referimos a alimentos que, dadas sus peculiaridades materiales y simbólicas, se constituyen en elementos de distinción, diferenciación y cohesión de determinados colectivos. Esto se traduce en formas específicas de atribución de valores a ciertos productos y elaboraciones culinarias que, eventualmente, son transformados en emblemas territoriales (Álvarez y Medina, 2008), pero que no por ello dejan de cumplir con la función del alimento en su sentido lato.¹

De la valorización de los AE se afirma que tiene el potencial de generar beneficios económicos en una escala territorial dada y favorecer un círculo virtuoso de desarrollo local (Acampora y Fonte, 2008). En esta conexión entre las políticas de desarrollo y los alimentos, se aduce: i) su capacidad para mejorar las condiciones de vida de los sectores rurales; ii) su contribución al mantenimiento de la soberanía y la diversidad alimentaria y iii) su importancia en la preservación de la agrobiodiversidad y de las prácticas culturales asociadas con su producción y consumo.

Se habla así, de valorizar el territorio, el trabajo de los campesinos, la cultura popular y en general, las producciones locales. Sin embargo, esto suele ocurrir sin visualizar sus posibles consecuencias, o asumiendo acríticamente determinado concepto de “valorización”. En todo caso, se simplifica el significado de *valorar* en relación con los procesos y acciones implicadas, cuando ciertamente los alimentos son estratégicos para el desarrollo local (Ilbery y Kneafsey, 2000; Tregear *et al.*, 2007; Vakoufari, 2010) y su valorización entraña un dilema: el de la oscilación entre su valor económico y sus otros valores.

¹ Alimento: sustancias que los seres vivos comen o beben para subsistir (RAE, 2015).



El despliegue de este dilema es evidente en las dificultades para formular estrategias de valorización idóneas, ya que si se prioriza el carácter mercantil, pueden excluirse otras características; mientras se trata de recursos culturales anclados en territorios rurales, y de los cuales se espera una mitigación de las desigualdades históricas en los intercambios comerciales (Arzeno y Troncoso, 2012; Acampora y Fonte, 2008; Toledo, 1996). En esta encrucijada, la valorización de los alimentos en general –y particularmente la de los AE– se revela como un problema epistemológico y teórico-metodológico, pues en su promoción, se exotizan, trivializan y descontextualizan, al incorporarse en las dinámicas del mercado, con lo que se pasa por alto su carácter de sustento y el sentido de existencia que representan para los pueblos productores. De aquí que el dilema mencionado se *resuelve* o evade durante la realización de proyectos concretos, posiblemente después de recorrer una literatura ambigua y enmarañada.

El campo semántico de la valorización incluye las expresiones “puesta en valor” y “activación”, dentro de los procesos de “patrimonialización”. Para Prats, “poner en valor” es simplemente “valorar”, y “activar” es actuar sobre los recursos patrimoniales de alguna forma (2005:19), aunque “activar un repertorio patrimonial” es escoger determinados referentes de un pool y exponerlos de una u otra forma, acompañados de un discurso que quedará avalado por su sacralidad (1997:32). Siguiendo a Prats, citado en Mateos (2012:4) la activación patrimonial sería *la acción de seleccionar y transformar el recurso en producto patrimonial; en su parte final se procedería a la elección y materialización física de servicios y elementos de mediación [...] favoreciendo la decodificación, presentación y difusión de los valores y la información que atesora el recurso*. Además, el autor afirma que sin la “acción de activar [...] toda aquella capacidad de transmisión de los bienes culturales permanecería oculta...; y que Prats sustituye “puesta en valor” por “activación”, porque la primera implica “una falta de valor previa a la transformación difícil de justificar”.

Como puede observarse, existe una variedad de ideas y consideraciones en torno a la valorización, cuyos fundamentos muchas veces no son explícitos y no sitúan al lector en un terreno claro. Por ello, el presente ensayo aporta elementos para la problematización de la valorización de los AE, con un enfoque crítico y social. Esto se realiza a partir de una investigación (De Jesús, 2014) en la que se constató que algunos campesinos valoran el amaranto (*Amaranthus spp.*), no únicamente por razones económicas, sino en gran parte por los innumerables vínculos emocionales y culturales con el cultivo y su territorio asociado, lo cual confronta directamente al valor de cambio con los otros valores del alimento y pone en duda los supuestos que operan en los procesos de valorización.

Por lo anterior, aquí se busca exponer claramente los problemas que implica el tema, pasando por un filtro crítico sobre el supuesto de que la valorización es una potente herramienta de desarrollo y planteando los enfoques disciplinarios de los que se parte. En ese sentido, se considera a los alimentos como satisfactores de necesidades fisiológicas, así como de socialización e identidad (Linck, 2011). Por otro lado, ahondar en el análisis de los conceptos de valor y valorización se estima toral por dos cuestiones: i) por referirse a objetos complejos y en construcción, que concentran en torno suyo diversas temáticas y las impregnan de las dificultades que encierran y ii) por el reduccionismo económico con el que han sido abordados, cuya lógica de mercado en el mundo global, se ha convertido en el “absoluto social” (Moreno, 2002, citado por Hernández, 2007).

Y, finalmente, en el término valorización –que *supone* atribuir valor– queda implicada una no-valorización, lo cual supone la pérdida de valor, su desconocimiento, la asunción de un no-valor, o nuevas razones para atribuir valor a algo que no lo tenía o no se había descubierto. De este modo, el valor se ha negado, permanece oculto o simplemente es obviado, por lo que el reconocimiento del valor de un elemento cultural –como un alimento implica– aproximarse al contexto y a las fuerzas que propician o propiciaron la presencia o ausencia, para desentrañar el *corpus* que soporta la validez o invalidez de algo, su valor o no-valor, en un grupo social.

En estos términos, el presente trabajo se centra en el proceso de valorización visto como una construcción social, permeada por el ejercicio del poder y por diversas asimetrías entre los actores implicados.

El valor y la valorización de los alimentos

Escobar (2005) menciona dos tipos de valor: *valor de uso* y *valor de cambio*. El primero está representado por aquello que proporcionan las cosas por el hecho de ser útiles para el ser humano; el segundo se refiere al provecho atribuido a las cosas destinadas al intercambio, generalmente mediante la asignación de un precio. Según esto, el valor de uso en la producción y consumo de un alimento estaría orientado a cubrir una necesidad no pecuniaria; mientras el valor de cambio estaría asociado con su capacidad para realizar transacciones mercantiles.

Hasta aquí, el valor de uso y el valor de cambio no parecen presentar mayor dificultad; en realidad, el problema se evidencia cuando se habla de valorización en relación con la generación de “desarrollo”. Esto sucede porque aunque el concepto ha sufrido grandes transformaciones desde perspectivas



con sesgo económico muy fuerte, hasta visiones más integrales (Gutiérrez, 2008), su desarrollo sigue siendo problemático. Primero, porque tales visiones no son las dominantes; segundo, porque su empleo se basa en generalizaciones teóricas concebidas fuera del entorno de aplicación y, tercero, porque vinculado con intereses y poderes externos, se convierte en un conocimiento-poder que desconoce las particularidades del contexto y las necesidades de los supuestos beneficiarios. Estas situaciones se enlazan con la valorización de los alimentos.

Una definición convencional de valorización la plantea como un conjunto acciones para *aumentar el valor de un producto*, integrando elementos faltantes o poco explícitos (Corcuera, 2008), lo que sugiere características que hacen valiosos a ciertos alimentos desde su producción hasta su transformación y consumo. Por otro lado, diversos estudios hablan de valorizar o agregar valor a la producción agropecuaria mediante su transformación en productos elaborados; su etiquetado con sellos de calidad, o su vinculación con actividades como el agroturismo, todo lo cual, justificaría un precio más elevado en el mercado (Riveros, 2014; FAO, 2001; IICA, 2010; Vandecandelaere *et al.*, 2010; Oyarzún *et al.*, 2013). Ya que esto último coincide con una meta del desarrollo, la valorización económica de los alimentos se erige como la alternativa por excelencia para afianzarlo, por lo que las estrategias preponderantes se centran en aumentar el valor de cambio, pero tienden a obviar el valor de uso.

En la medida en la que estas conceptualizaciones marginan los valores – culturales, sociales, estéticos, psicológicos o ambientales– vinculados al valor de uso, quedan atrapadas en la admisión implícita o explícita de una carencia de valor. Esta carencia contrasta con el sentido y significado de los alimentos para quienes los producen y consumen más allá del interés pecuniario, pero, finalmente, se encubre tras la afirmación de que “es necesario” agregar valor en nombre del “desarrollo”, lo cual es dado por hecho.

Una valorización así entendida, terminaría entonces, por crear una ruptura entre el valor de uso y el valor de cambio, pues las implicaciones económicas se sobrepone a otro tipo de valores no medibles y, por tanto, no considerados en el acto de atribuir valor (Ramírez, 2007; Escobar, 2005). Esta ruptura básica atraviesa los diversos campos teóricos y de acción, en los que se produzca una tensión entre el valor económico y los otros valores, ligados al valor de uso. Ya entrelazadas con el desarrollo, las contradicciones de ambos se arrastran a los conceptos que se relacionan con ellos, pues se da la posibilidad concreta de distinguir los valores, lo cual sucede ante dos condiciones: la implantación de teorías externas al contexto y el ejercicio del poder.

La situación queda ilustrada por la disyuntiva sobre cómo valorar los bienes, en relación con los objetivos de familias campesinas, pues pueden producirse para satisfacer sus necesidades, para el mercado, o con ambos propósitos (Escobar, 2005; 2006). Pero no es casual: se desprende de la confrontación entre las lógicas ancladas en el autoconsumo y sus valores de uso –a veces llamadas economías de subsistencia– y la racionalidad del mercado actual, que insinúa al campesino que es el único medio para salir de la pobreza. De esta manera, dicha confrontación es muy importante para poblaciones campesinas, cuya dinámica va por la satisfacción de necesidades cualitativamente definidas (V. Escobar, 2007:282-286), pues los actores locales se debaten entre privilegiar la valorización económica de sus productos, orientados al mercado, o inclinarse por el valor de uso para garantizar el autoconsumo.

El desacierto de reducir el conjunto de valores atribuibles a un alimento a su valor de intercambio en el mercado, radica en el hecho de que los pueblos realizan valoraciones de sus bienes desde sus propios esquemas cognitivos y simbólicos, y por ello el valor de cambio –y por lo tanto el precio– no es la única forma de valorarlos, sino que habría una valoración simbólica (Ramírez, 2007) vinculada con el conjunto de conocimientos, prácticas y creencias en los que se cimentan los sistemas productivos locales (Toledo y Barrera, 2008). En realidad, tal desacierto encierra un problema teórico-metodológico y epistemológico, porque si se recurre al “desarrollo” como una categoría previamente fijada o incuestionable, y los medios para alcanzarlo remiten a fórmulas “probadas”, o extensibles por definición, sucede una adscripción automática a la tradición intelectual que originó y sostiene ese concepto, y quedan comprometidas las conceptualizaciones prácticas y sus resultados correspondientes.

Esto se traduce en ideas confusas o en paradojas, prácticamente irresolubles, como el por qué habría que agregar valor a algo susceptible de valorizarse (puesto que tiene un valor potencial). Igualmente, si no existe una correspondencia unívoca entre el valor económico y los significados simbólicos de un producto, el aumento del precio no tendría por qué garantizar que productores y consumidores valoren más un bien o un producto; ni que los ingresos económicos derivados de fijar un precio contribuyan, efectivamente, a la estabilidad y continuidad de los sistemas productivos. Resultados imprevistos o “efectos colaterales” de muchas estrategias de desarrollo, serían entonces consecuencias de políticas de desarrollo basadas en una supuesta, pero falsa congruencia entre el valor de cambio y los demás valores, tal y como demuestran algunos estudios sobre



la importancia de los contextos políticos, culturales, económicos y sociales como determinantes cruciales en los procesos de valorización (López y Aguilar, 2012; 2013).

El asunto se complica en la actualidad, cuando se reduce el universo semiológico original de los productos locales y con ello, se producen diferentes distorsiones en los alimentos en general y en los AE en particular, al ser integrados a otras escalas geográficas, o para su comercialización global, perdiendo así parte importante de su contexto original (Thomé *et al.*, 2015).

Lo simbólico en los alimentos

En este ensayo se entiende a los valores como cualidades de intensidad variable, que poseen un significado como objetos de la actividad de un grupo social (Otero, 2013: 3), y como creencias valorativas que sintetizan aspectos afectivos y cognitivos que orientan a la gente en el mundo en el que viven (Marini, 2000). Uniendo la relación con la naturaleza y su marco sociocultural de referencia, el valor se interpreta en términos de importancia, significados, percepciones y asociaciones cualitativas antes que en dinero, y su proceso de formación pertenece a las dimensiones personal, cognitiva y afectiva (Chiesura y de Groot, 2003).

El grado de abstracción, generalidad o amplitud de estas aproximaciones, muestra por qué la categoría valor de cambio no puede capturar las diversas dimensiones de interpretación del valor. Sin embargo –y aunque muchas propuestas sobre la valoración de alimentos ensalcen sus valores culturales, sociales o espirituales– en la práctica esas dimensiones son desplazadas por los recortes sectoriales y los lenguajes disciplinarios, o por la dicotomía valor de uso/valor de cambio, en la que el primero (el más amplio) de todas formas no logra reflejar los aspectos socioculturales asociados.

Por lo anterior, se considera que el valor simbólico –incluyendo al valor de uso– es adecuado para comprender a los alimentos, ya que sin negar su materialidad, destaca su capacidad de significación y representación para un colectivo social determinado. Dicho valor quedaría enmarcado en el concepto de cultura de Geertz (1987): un esquema históricamente transmitido de significaciones y concepciones representadas en formas simbólicas, mientras los símbolos son formulaciones tangibles de ideas o abstracciones de la experiencia fijadas en formas perceptibles. De esta manera, los atributos simbólicos de los alimentos comprenden cualidades no reveladas por las disciplinas particulares, como: ser fuente de conocimiento, sustrato de apreciaciones estéticas, el gusto por comer y beber, el vínculo espiritual entre el ser humano y sus

deidades, el sentido de pertenencia, las concepciones mágicas y religiosas, los usos, las costumbres y la construcción de identidades (cfr. Escobar, 2006).

En este contexto, el atributo de valor reside en la pertinencia de lo valorado a un complejo entramado de elementos, cuya interpretación exigiría entender la multiplicidad de significados entrelazados, y cómo y por qué se han construido de ese modo en un horizonte temporal muy largo. De esta manera –y contra las posturas que aíslan el valor de un solo “producto”, o lo igualan al económico– cada elemento tiene un lugar, un papel y un sentido en el conjunto: una matriz sociocultural que se reproduce a sí misma. De aquí que la valorización de un solo elemento solo podría ser un medio para lograr la estabilidad o la funcionalidad del conjunto, si dicho elemento continúa engarzado en esa matriz.

En la perspectiva de este escrito, ese conjunto corresponde al *Modo de Vida*, expresión muy usual en los estudios sobre ruralidad y campesinado, y aplicada a las sociedades tradicionales, o –con sesgo evolucionista– “precapitalistas” o “preindustriales”. Para la comprensión de los procesos valorativos en ese prototipo, las nociones de *ethos* y de cosmovisión, ilustran la movilización de los sentidos sociales atribuibles a los alimentos. El *ethos* es el tono, carácter, calidad de vida, estilo moral y estético de un pueblo ante sí mismo y ante el mundo; su cosmovisión es el cuadro que el pueblo se forja sobre la realidad; ambos se confrontan y confirman mutuamente. En la creencia y práctica religiosa, por ejemplo, el *ethos* es algo intelectualmente razonable al representar un estilo de vida idealmente adaptado al estado de cosas descrito por la cosmovisión, y esta es emocionalmente convincente al presentársela como imagen de un estado de cosas adaptado al estilo de vida (Geertz, 1987:89).

En esta descripción se distingue un proceso autorreflexivo, integral a la creación y renovación de valores y a la apropiación simbólica de los elementos, porque el *ethos* hace insoslayable la prueba y ratificación de los signos cotidianos, mientras moviliza los significados culturales. Sin embargo, el proceso no se agota en encarar las vicisitudes de la vida cotidiana, sino que busca dar *sentido* al tejido sociocultural en las conciencias individuales. Para ello, los individuos han de recurrir al acervo experiencial del grupo social al que pertenecen para realizar conexiones lógicas y secuencias de acción controladas, pues, aunque la experiencia subjetiva individual es necesaria en la formación de los estratos más simples de sentido, para estratos complejos se requiere la objetivación de lo subjetivo en la acción social, de hecho, parte del sentido que proviene de la acción social del pasado –como las tradiciones– fluye en los niveles más bajos del sentido de la experiencia individual (Berger y Luckmann, 1996:5-6).



El estado de cosas y el estilo de vida invocan a la tradición y a la memoria colectiva en la formación de la conciencia de los individuos en una trama social. Estos aspectos, más la articulación de los elementos significativos en un *Modo de Vida*, es lo que le da a la “economía campesina” su estabilidad y capacidad para responder a las condiciones del entorno, cualidades calificadas en una gama que va de la “resistencia” a lo “anacrónico”, por quienes no las comprenden o intentan imponer racionalidades distintas. Particularizando para la valorización de los alimentos, el problema que presenta todo el proceso de reproducción cultural, es que opera en una esfera experiencial cargada de subjetividad y ritualidad que otorga a las cosas y valores su intangibilidad: precisamente su aspecto más conflictivo, pues no existe escala de medición, ni parámetro universal para valorarlos social y culturalmente.

No obstante sus componentes intangibles, inconmensurables y dinámicos, los alimentos, y de manera muy especial los AE, son susceptibles de hacerse visibles por procesos de valorización; se visualizan dos posibilidades para entenderlo. Por un lado, los símbolos atribuidos a los alimentos pueden estar *condensados* precisamente en su carácter material. Desde el punto de vista de quienes los producen y consumen, ocupan un lugar y sentido específico en la matriz sociocultural, por lo que su materialización no comporta problema de interpretación alguno, pues lo material y lo simbólico están entrelazados. Desde el punto de vista de quienes los consumen sin haberlos producido, puede abrirse un espacio de comunicación simbólica entre productores y consumidores. Una opción al respecto, sería que la valorización simbólica –y sus actores– trasladaran los elementos intangibles hacia lo material, de manera que los alimentos se valoren como manifestación cultural, aunque el consumidor no perciba ese lugar y ese sentido específicos.

Por otro lado, puede suceder que el valor de los alimentos aumente como consecuencia de la globalización y que su consumo responda únicamente a la búsqueda de la *distinción* (Bourdieu, 1987), sin valorarse el contexto cultural de producción. Ya que estaríamos en el terreno de las estrategias basadas en el valor de cambio, puede prevalecer el uso de los alimentos como capital material y simbólico del espacio rural. Esto conduciría a su deconstrucción desde diferentes ángulos, y a su *meta apropiación* como recursos locales, para lucrar con ellos satisfaciendo necesidades y deseos urbanos (Thomé *et al.*, 2015). En tal caso, la interpretación desplazaría los significados culturales y el valor de uso, y quedaría integrada al lenguaje, cuerpos teóricos y prescripciones, que legitiman la primacía del valor de cambio, como la categoría útil, funcional, autorizada por el conocimiento válido.

Ya que el ascenso de lo multicultural, que atestiguamos actualmente, puede estar engarzado con la economía neoliberal (Montenegro, 2013) y, en ese sentido, hacer uso de lo cultural para dar continuidad a un sistema económico hegemónico, ambas posibilidades –pero principalmente la inmediata anterior– conducen a otro problema crucial de la valorización de alimentos: quienes, cómo y bajo qué condiciones se apropian de ellos. Entre los posibles actores, están los productores rurales, las agencias de desarrollo, los académicos, las empresas, los gobiernos y las organizaciones no gubernamentales. Es aquí donde la discusión del apartado anterior alcanza a los AE y a los procesos de “patrimonialización” –ahora paralelos a valor y valorización– en la medida en la que son convertidos en bienes culturales susceptibles de incorporarse en programas de desarrollo, a través de su inserción en mercados de mayor alcance.

La crítica advierte que el patrimonio solo existe como un ente abstracto, hasta que se valoran y activan determinados referentes socioculturales (Quintana y Stagno, 2009), y ya que cualquier agente puede intervenir en el proceso de activación, en realidad este depende de los poderes constituidos alrededor de los actores hegemónicos (Prats, 1997:33). Pero lo mismo sucede con el territorio, el recurso colectivo, la perspectiva patrimonial en general, y el desarrollo territorial, todos ellos atravesados por el enfrentamiento entre valor de uso y valor de cambio, por las disputas por el uso de recursos, y por la construcción y operación de la apropiación colectiva. Y esta última, suele estar supeditada, o al menos ligada, al ejercicio del poder (Linck, 2010; 2011; Zamora, 2011).

Hasta aquí, puede concluirse que la apropiación de los símbolos depende de la configuración de las relaciones entre los actores involucrados en la valorización, y de ellas se derivan los usos sociales y los beneficios resultantes de la patrimonialización. Ahora pasamos a reflexionar sobre la construcción de la valorización de los AE desde dos ámbitos: aquel en el que son valorados por el propio colectivo social que los produce y consume, y aquel en donde la valorización es *instrumentalizada*.

Interioridad y exterioridad en los procesos de valorización

Aunque repetidamente la “puesta en valor” se asume “neutra”, en lo concreto es un paso clave para que los actores mejor posicionados se apropien de los significados culturales de los AE, y con ello se justifique un discurso dominante acerca del patrimonio alimentario. De esta manera, utilidad, teoría de la empresa, maximización de la ganancia y relación oferta demanda, se congregan en el mercado, que resuelve las confrontaciones posibles en forma mecánica, a



través de la lógica de competencia (Linck, 2011); si las acciones se orientan a satisfacer al mercado, toma lugar una instrumentalización de carácter técnico y político de los recursos culturales (Nogués, 2006; Soler *et al.*, 2010). Para el caso, esto entraña una reducción del valor a su dimensión económica, orientada a las expectativas de los consumidores y a la modificación de lo rural, en aras de un supuesto desarrollo territorial. Para contrarrestar estas situaciones, se propone una re-categorización del patrimonio alimentario, a partir de un desarrollo social regenerativo, que vigile y limite las acciones de quienes dirigen la puesta en valor del patrimonio (Nogués, 2006; Soler *et al.*, 2010).

Sin embargo, en la diferencia entre *dar valor y poner en valor* destaca la reducción de los valores a los aspectos económicos, por lo que nuevamente concentra una problemática teórico-metodológica y epistemológica, cuyas oscilaciones hacen interminables las discusiones, por cuatro razones sustantivas: i) mientras los significados y valores atribuidos a los alimentos han nacido en un contexto cultural, su puesta en valor en el mercado se presta para la reducción de su universo semiológico original, fuera de dicho contexto; ii) la apropiación de los elementos culturales y la disputa por los recursos se entrelazan con intereses y poderes externos al sistema productivo, lo que se traduce en un despojo a los depositarios del patrimonio; iii) el conocimiento-poder puede favorecer un desarrollo concebido y realizado desde afuera; no obstante lo cual, se presenta como una opción benéfica para los actores locales; iv) siempre se propone valorar a una cultura, pero en función de marcos analíticos simplificadores.

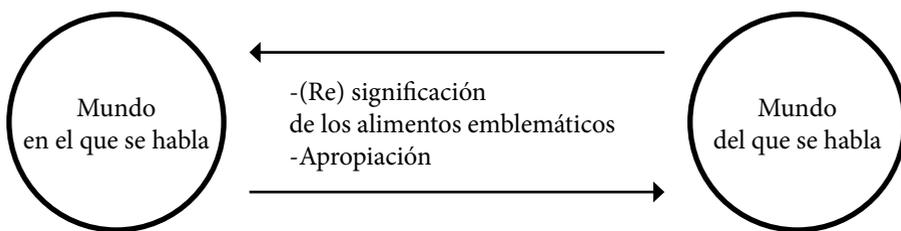
En todo esto, aflora otra diferencia: entre *interioridad y exterioridad* en los procesos valorativos, la cual puede observarse como el contraste entre dos mundos: *el Mundo en el que se habla, y el Mundo del que se habla* (Nogués, 2006). La *interioridad* correspondería al primero y se acerca a la idea de valorar o dar valor; mientras la *exterioridad* correspondería al segundo, y se aproxima a una puesta en valor por agentes externos. Aunque en principio esta perspectiva nos ofrece una posibilidad más clara para situar los procesos valorativos, debe notarse que también una puesta en valor podría hacerse desde la interioridad, pues esta última significaría una acción realizada por un colectivo social desde, y para sí mismo. Por otro lado, una valorización también podría referirse a un consumidor o incluso a un actor local aliado a intereses externos, pues en el fondo de lo que se trata, es de una acción realizada desde la ajenidad al colectivo social en donde se producen los alimentos.

De esta manera, cualquier actor define en cualquier momento a qué mundo se adscribe, aunque no de forma autónoma, sino bajo la influencia del contexto en el que se encuentra. Y aunque entre ambos mundos existen inter-



cambios simbólico-materiales que resignifican a los alimentos, y mecanismos de apropiación que permiten el intercambio (figura 1), las diferencias semánticas entre valorar, dar valor o poner en valor, se van haciendo irrelevantes, porque lo que importa es *de dónde viene* la perspectiva que se impone en el escenario local.

Figura 1. Comunicación entre dos mundos en la valorización de los alimentos



Fuente: elaboración propia con base en Nogués (2006).

Para abordar esta perspectiva, podemos recurrir a las prácticas comunicativas que inciden en la formación de las construcciones socioculturales, y gracias a las cuales el mundo simbólico de las sociedades tradicionales, o *Mundo de la Vida*, es colonizado por las estructuras normativas estatales, la administración pública, el sistema económico, el dinero y el poder. Este mundo es: i) un horizonte en el que siempre hay acciones comunicativas y un repertorio de patrones interpretativos, transmitidos culturalmente y organizados lingüísticamente; ii) aquel espacio en que la narrativa no solo sirve para las necesidades triviales de entendimiento, sino para la auto-comprensión de las personas que han de objetivar su pertenencia; iii) aquel escenario en el que se vive en una tradición cultural empleada y renovada; o iv) aquel contexto cuya reproducción cultural permite que las nuevas situaciones entren en relación con los estados del mundo ya existentes, asegurando la continuidad de la tradición y la coherencia del saber (Habermas, 1992:169 y ss.).

Considerando estas características, Dar valor o Valorizar en el *Mundo en el que se habla*, podría significar la apropiación del sentido cultural de las cosas en las prácticas cotidianas, pero también que “debemos diseñar” actuaciones que privilegien la expresividad de los objetos patrimoniales, frente a la producción lingüística que los presenta como bienes exóticos para el consumo



(cfr. Soler *et al.*, 2010: 392). De esta manera, valorizar a los alimentos o a los AE como productos locales, más allá de su aspecto aparentemente indispensable de mercancías, puede implicar la continuidad de las sociedades rurales, constituyéndose en un mecanismo de resistencia a las tendencias homogeneizadoras, pues en el fondo se valoraría el *Modo de Vida* en cuestión y no únicamente al AE, lo que ocurre frecuentemente en las tendencias hedonistas del consumo contemporáneo (Lipovetsky, 1994).

Por otra parte, la puesta en valor del *Mundo del que se Habla*, sería una realidad instrumental en la medida en que convierta a la cultura en un recurso administrable (Nogués, 2006), como ha sucedido con muchos AE característicos de ciertos territorios, pero que ya comercializados globalmente, fueron perdiendo su conexión material y simbólica con esos espacios. En este caso, se desconocen los significados culturales, pero eso no obsta para que el discurso produzca su banalización estereotipada; establezca su nuevo carácter pecuniario o de instrumento de desarrollo, y en algún momento se identifiquen los productos con una mejor salida al mercado, lo cual terminaría por fragmentar los procesos de producción de sentido (cfr. Soler *et al.*, 2010: 391). Ya que estamos en el dominio conceptual del desarrollo, la estrategia puede marginar a los productores y territorios rurales menos competitivos, expulsarlos, o integrarlos en la escala nacional o global como actores y territorios subalternos, creando verdaderos *laboratorios de modernidad* (Mezzadra, 2008).

Estos efectos recuerdan el *Desacoplamiento del Mundo de la Vida*, en el que ese mundo: i) que era coextensivo con un sistema social poco diferenciado en las sociedades tradicionales, se va degradando a un subsistema más; ii) se va integrando a Estados y subsistemas regidos por medios de control hasta llegar a estructuras exentas de contenido normativo; iii) se racionaliza hasta quedar instrumentalizado (por los sistemas económicos y administrativos principalmente); iv) pasa de economía de subsistencia –donde el intercambio no tenía una motivación exclusivamente pecuniaria– hasta un subsistema donde los medios de control son el dinero y el poder; y v) en el que finalmente –con las patologías y crisis de sentido que pueda conllevar– se suprimen las formas de integración social incluso si la reproducción simbólica está en riesgo, y en aspectos en los que la mediatización del *Mundo de la Vida* asume la forma de *colonización* (Habermas 1992:215-280).

De lo anterior, es evidente que se requiere distinguir el ámbito en el que se suscitan las acciones, del ámbito al que se proyectan (Nogués 2005, 2006; Nogués y Soler, 2009; Soler *et al.*, 2010). En la figura 2 se presenta una matriz que los muestra, y luego una breve explicación de cada cruce desde el presente planteamiento.



Figura 2. Posibilidades de valorización desde los ámbitos de acción y proyección

		Hacia dónde	
		Dentro	Fuera
Dentro	Dentro-Dentro (a)	Dentro-Fuera (b)	
Fuera	Dentro-Dentro (a)	Fuera-Fuera (d)	

Fuente: elaboración propia con base en Nogués (2005; 2006) y Soler *et al.* (2008).

a) Dentro-Dentro. El enfoque óptimo de valorización funciona desde dentro y hacia dentro (Nogués, 2005; Soler *et al.*, 2010); la apropiación se basa en la continuidad cultural y la reproducción del sentido de lo cotidiano (Mandly, 2002, cit. en Soler *et al.*, 2010). Aquí los alimentos posibilitan la reproducción cultural de un mundo en el que tienen un lugar y un papel específicos. El extremo sería que los actores locales no desearan integrarse al mercado actual o ser regidos por el conocimiento-poder o por las estructuras burocrático-administrativas externas, de manera que los alimentos reflejan sus propias capacidades de autodefinición, autodeterminación, auto-subsistencia, o resistencia, sobre todo si se rechaza la disolución del *Mundo de la Vida* o del *Modo de Vida*.

b) Dentro-Fuera. La valorización se basa en un vínculo cultural y emocional con los alimentos (Nogués, 2006; 2009), pero pensada para su inserción en el mercado y desde las tendencias de consumo. Pese a la fusión actores/alimentos/territorio, acontece una desconexión con las dimensiones socioculturales que dificulta el desarrollo social regenerativo, pero aumenta el valor económico de los productos, y pueden irse incorporando gradualmente significados externos para reducir las fracturas en los procesos de significación (Nogués *et al.*, 2009). Es un proceso de incorporación a otras escalas económicas y a un modelo de desarrollo externo, si no voluntario, por lo menos admitido por los actores locales.

c) Fuera-Dentro. Procesos de valorización puestos en juego por diversos agentes, a partir de teorías y racionalidades externas, así como de valores estereotipados que conducen a la cosificación de los alimentos, suprimiendo sus dimensiones simbólicas en favor de los intereses económicos de los involucrados y de las expectativas del consumidor. Puede ser funcional, pero también puede desencadenar crisis de sentido, e implica una entrada sin trabas de las diversas formas de control exógeno en el contexto local, incluyendo el poder y los medios simbólicamente generalizados, como el dinero.

d) Fuera-Fuera. Enfoque predominante en las políticas de desarrollo y en los procesos de patrimonialización de los AE. La valorización es ideada e implementada por agentes externos, conduciendo a la mercantilización, banalización y/o



elitización. Representa la franca supresión de los conocimientos, formas de uso de recursos y simbología locales, y si el proceso es admitido sin cuestionamientos, significaría ceder el Mundo de la Vida a cambio del concepto de desarrollo ofrecido por los promotores. El extremo sería la imposición tiránica de los modelos y conceptos dominantes a través del poder, pese a la resistencia de los actores locales.

Conclusión

¿Por qué el valor de uso y los valores simbólicos son un obstáculo para el desarrollo?

Una consideración, por demás interesante, es la de Ilbery *et al.* (2005:116): *Mientras los agricultores son fundamentalmente cultivadores y criadores, y se centran en la producción más que en la distribución, el sector agroalimentario moderno se distingue por masificación y estandarización de sus productos; una consecuencia de esto, es el distanciamiento entre el consumo de alimentos como práctica social y su producción geográficamente localizada.*

Mientras para el consumidor urbano, lo anterior significa la separación de las esferas productiva y de consumo, en Latinoamérica dicha característica de los agricultores conlleva –al menos en alguna medida– el mantenimiento de una economía de subsistencia, quizá por asegurar la vida y la estabilidad emocional.

Desde la perspectiva de este escrito, esto representa un problema cardinal para los modelos económicos hegemónicos, porque la economía de subsistencia y la autosuficiencia alimentaria que se deriva de ella, entran en oposición con un mercado que exige la integración de los agricultores a su lógica, a través de un concepto de desarrollo que se basa en un consumismo extremo que nació en las metrópolis industrializadas. En estas condiciones, las categorías ideadas para plantear o explicar el mercado o el desarrollo, resultan inadaptadas a los contextos de aplicación, o al menos vagas e inconclusas. Detrás del valor de uso, por ejemplo, hay una resistencia originada en la diferencia cultural, y una metafísica campesina que no privilegia el valor de cambio, y que desde una racionalidad analógica y holística se contrapone a lo atomístico y reduccionista del pensamiento occidental (Taussig, 1977; 1978).

El horizonte de investigación de estas reflexiones se revela amplio, pero de momento se sugieren dos preguntas básicas que pueden abordarse teórica y empíricamente: ¿Hasta cuándo esta metafísica se opondrá al valor de cambio? ¿Qué hay detrás de esta metafísica? Responder la primera pregunta puede ser demasiado aventurado, pero puede pensarse en estrategias que, basadas en una amplia valorización de los AE, rompan la dinámica de intercambio desigual generada por proyectos de desarrollo ajenos a la voluntad e intereses de actores locales, depo-

sitarios de su marco de significación. En cuanto a la segunda, y más allá de todo evolucionismo, se pone a consideración lo siguiente.

Para Arendt (2012), existe un vacío fundamental en la ciencia económica: *la labor*, noción que se perdió con el tiempo, asimilada a la categoría *trabajo* por filósofos y los economistas clásicos, pero que se distingue plenamente porque no culmina en productos, sino que se realiza y agota en sí misma. Se refiere a lo que satisface nuestro cuerpo, y no al trabajo de las manos; a lo que los hombres producen como estrictamente necesario para vivir; el resultado de su esfuerzo se consume tan rápido como se gasta el esfuerzo, y este nace del gran apremio de un impulso más poderoso que cualquier otro, porque de él depende la vida; su poder puede usarse para la reproducción, pero solo produce vida y nueva fuerza de labor.

Si los alimentos son nutrientes, moléculas, sales minerales; fuente de emociones, que solo adquieren sentido en la memoria colectiva; saberes movilizados, elaboración y modos de consumo; exploración de sabores y respeto de los rituales asociados; lo que funda y define en gran medida nuestra relación con la sociedad y con la naturaleza; lo que objetiva nuestra posición en la cadena alimentaria y los ecosistemas (Linck, 2011), entonces *la labor* se relaciona con la resistencia de las sociedades tradicionales, a cualquier cosa que pueda atentar contra todo este engranaje de valoración, que excede la simple dimensión económica de los alimentos en general, y que representa las posibilidades significativas para un consumidor de AE.

Aunque el materialismo histórico distingue el valor de uso, en realidad esta categoría –inscrita en la estructura disciplinaria económica– siempre ha estado distanciada de la *labor*, y por ello ese valor no puede ser idéntico al valor de los alimentos *condensado* en su carácter material, como se ha propuesto aquí. Sin embargo, la evolución de los conceptos de valor en otras disciplinas, denota una trayectoria semejante a la que se dio en el campo de la economía: se alejaron de los referentes empíricos; se forzó a la realidad a modelos preconcebidos y se trivializaron los estudios al respecto; los valores se hicieron cada vez más abstractos (Spates, 1983); una consecuencia de esto, fue sin duda el distanciamiento entre el consumo de alimentos como práctica social y su producción geográficamente localizada.

El presente ensayo propuso una reflexión teórica, metodológica y epistemológica sobre los conceptos de valor y valoración en torno a los AE. Con ello se planteó que valorizar implica un mecanismo de apropiación de los atributos simbólicos y materiales de estos alimentos, que no necesariamente refleja el conjunto de conocimientos, creencias y prácticas, que engloba el contexto de su producción. De aquí se identifica una reducción del universo semiológico de los alimentos, a partir de un proceso de instrumentalización de los valores como atributos dife-



renciadores, para un mercado crecientemente homogéneo económicamente, pero que se pretende multicultural. En este contexto, y ante el fenómeno de poder que supone la atribución de valor, los actores internos y externos a los proyectos de desarrollo se disputarían la reputación de los AE y sus beneficios derivados.

Bibliografía

- Acampora, T. y M. Fonte (2008) “Productos típicos, estrategias de desarrollo rural y conocimiento local” *Revista Ópera*. Núm. 7, pp. 191-212.
- Álvarez, M. y X. Medina (2008) *Identidades en el plato. El patrimonio cultural alimentario entre Europa y América*. Barcelona, Icaria.
- Arendt, H. (2012) *La condición humana*. España, Paidós.
- Arzeno, M. y C. A. Troncoso (2012) “Alimentos tradicionales andinos, turismo y lugar: definiendo la nueva geografía de la quebrada de Humahuaca (Argentina)” *Revista de Geografía Norte Grande*. Núm. 52, pp. 71-90.
- Berger, P. y T. Luckmann (1996) “Modernidad, pluralismo y crisis de sentido. ¿Qué necesidades humanas básicas de orientación deben ser satisfechas?” *Estudios Públicos*. Núm. 63, pp. 1-54.
- Bourdieu, P. (1988) *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid, Taurus.
- Chiesura, A. y R. de Groot (2003) “Critical natural capital: A socio-cultural perspective” *Ecological Economics*. Núm. 44, pp. 219-231.
- Corcuera, J. M. (2008) “Valorización de la producción local” *Isla Rural*. España. En: <http://www.redcanariarural.org/pdf/25_corcuera_alvarez.pdf> [Accesado el día 24 de agosto de 2014]
- De Jesús, D. (2014) *La calificación como estrategia de valorización del amaranto (Amaranthus spp.) de Santiago Tuluyehualco, Xochimilco, D.F.* Trabajo terminal de grado, México, Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales, UAEMex.
- Escobar, A. (2007) *La invención del Tercer Mundo*. Caracas, Fundación Editorial el perro y la rana.
- Escobar, D. A. (2005) “Valoración de la agrobiodiversidad. Una aproximación desde la economía ecológica” *Revista de Geografía Agrícola*. Núm. 35, pp. 7-22.
- Escobar, D. A. (2006) *Valoración campesina de la diversidad del maíz. Estudio de caso de dos comunidades indígenas en Oaxaca, México*. Tesis de doctorado, Barcelona, Universidad Autónoma de Barcelona.
- FAO. Food and Agriculture Organization (2001) *Sistemas de producción agropecuaria y pobreza. Cómo mejorar los medios de subsistencia de los pequeños agricultores en un mundo cambiante*. Roma. FAO-Banco Mundial.
- Geertz, C. (1987) *La interpretación de las culturas*. España, Gedisa.
- Gutiérrez, E. (2008) “De las teorías del desarrollo al desarrollo sustentable: historia de la constitución de un enfoque multidisciplinario” *Ingenierías*. Vol. XI, núm. 39, pp. 21-35.
- Habermas, J. (1992) *Teoría de la acción comunicativa, II*. Madrid, Santillana.

- Ilbery, B. y M. Kneafsey (2000) "Producer constructions of quality in regional speciality food production: A case study from south west England" *Journal of Rural Studies*. Vol. 16, pp. 217-230.
- Hernández, J. (2007) "El patrimonio activado. Patrimonialización y movimientos sociales en Andalucía y la Ciudad de México" *Dimensión Antropológica*. Vol. 41, pp. 7-44.
- IICA. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2010) *Desarrollo de los Agronegocios y la Agroindustria Rural en América Latina y el Caribe*. Conceptos instrumentos y casos de cooperación técnica. Costa Rica, IICA.
- Ilbery, B. et al. (2005) "Product, process and place. An examination of food marketing and labelling schemes in Europa and North America" *European Urban and Regional Studies*. Vol. 12, núm. 2, pp. 116-132.
- Ilbery, B. y M. Kneafsey (2000) "Producer constructions of quality in regional speciality food production: A case study from south west England" *Journal of Rural Studies*. Vol. 16, pp. 217-230.
- Linck, T. (2010) "Los Siales, entre apropiación y despojo territorial: hay que darle rumbo al enfoque" *Pampa*. Núm. 6, pp. 9-25.
- Linck, T. (2011) "Del patrimonio a la patrimonialización (refundar el campo epistemológico de la economía)" en T. Linck, J. Moguel y A. Ramírez (coords.), *Economía popular y procesos de patrimonialización*. México, Juan Pablos Editor y Fundación México Social Siglo XXI.
- Lipovetsky, G. (1994) *El crepúsculo del deber. La ética indolora de los nuevos tiempos democráticos*. Barcelona, Anagrama.
- López, I. y E. Aguilar (2012) "Las etiquetas de calidad y el desarrollo territorial: los casos del queso de oveja merina de Grazalema y la carne de cordero de Texel" *Revista de Economía Agrícola*. Núm. 2, vol. 59, pp. 131-149.
- López, I. y E. Aguilar (2013) "La nueva economía rural europea. Especialización territorial de calidad en la Isla de Texel y la Sierra de Cádiz" *Gazeta de Antropología*. Núm. 2, vol. 29, pp. 1-19.
- Marini, M. (2000) "Social values and norms" en E. Borgatta y R. Montgomery (eds.), *Encyclopedia of Sociology*. Vol. 4, New York, Macmillan.
- Mezzadra, S. (2008) "Introducción" *Estudios postcoloniales*. Ensayos fundamentales. Madrid, Traficante de sueños, pp. 15-31.
- Mateos, S. M. (2012) "Difusión cultural. La Magdalena de los productos patrimoniales" *Revista Electrónica de Patrimonio Histórico*. Núm. 10, junio 2012. En <<http://www.revistadepatrimonio.es/revistas/numero10/difusion/estudios/articulo.php>> [Accesado el 10 de enero de 2015]
- Montenegro, M. (2013) "Articulaciones entre políticas económicas y políticas culturales en Colombia. El patrimonio cultural, el sector artesanal y las nuevas formas del valor y la propiedad" en *Boletín de Antropología*. Vol. 28, núm. 46, pp. 35-52.
- Nogués, A. M. (2005) "Etnografías de la globalización. Cómo pensar el turismo desde la antropología" *Archipiélago. Cuadernos de crítica de la cultura*. Núm. 68, pp. 33-38.



- Nogués, A. M. (2006) "Dar valor y poner en valor. Dos estrategias para el desarrollo significativo del patrimonio en contextos turísticos" en G. Muñoz y C. Vidal (coords.), *Actas del II Congreso Internacional de Patrimonio Cultural y Cooperación al Desarrollo*. Valencia, Universidad Politécnica de Valencia.
- Nogués, A. M. (2008) "Poder político local y urbanismo en entornos turísticos. La mediación del espacio turístico en la producción de significados" en *Gazeta de Antropología*. Vol. 2, núm. 24, julio 2008. En <http://www.ugr.es/~pwlac/G24_26Antonio-Miguel_Nogues_Pedregal.html> [Accesado el 5 de noviembre de 2014]
- Otero, J. (2013) "Reflexiones en torno a la valorización de productos agroalimentarios locales para el desarrollo rural" *VI Congreso Internacional en Sistemas Agroalimentarios Localizados, Brasil*.
- Oyarzún, M. T., Riveros, H. y E. Vandecandelaere (2013) *Cómo promover la calidad vinculada al origen para contribuir al desarrollo en América Latina: enseñanzas de cuatro casos piloto*. Roma, FAO.
- Prats, Ll. (1997) *Antropología y patrimonio*. Madrid, Ariel.
- Prats, Ll. (2005) "Concepto y gestión del patrimonio local" *Cuadernos de Antropología Social*. Núm. 21, pp. 17-35.
- Quintana, C. y R. Stagno (2009) "Patrimonio y turismo: la activación turística patrimonial de Purificación (Paysandú, Uruguay)" *Pasos*. Vol. 7, núm. 2, pp. 307-319.
- Ramírez, I. (2007) "Sector primario, sustentabilidad y turismo. El problema de valoración de los recursos naturales y culturales en turismo" en M. Osorio y G. Novo (comps.), *Entorno del turismo, perspectivas volumen 2*. México, UAEMex.
- Riveros, H. (2014) *Valor agregado en los productos de origen agropecuario: aspectos conceptuales y operativos*. Costa Rica, IICA.
- Soler, C., Caballero, E. y A. M. Nogués (2010) "Cultura, turismo y desarrollo, o cómo la cultura se diluye con el patrimonio cultural en los contextos de desarrollo" *Comité Científico del IV Congreso de Patrimonio Cultural y Cooperación al Desarrollo (Coord.) Actas del IV Congreso Internacional de Patrimonio Cultural y Cooperación al Desarrollo*, Sevilla, España.
- Spates, J. (1983) "The sociology of values" *Annual Review Sociology*. Vol. 9, pp. 27-49.
- Taussig, M. (1977) "The genesis of capitalism amongst a South American peasantry: Devil's labor and the baptism of money" *Comparative Studies in Society and History*. Vol. 19, núm. 2, pp. 130-155.
- Taussig, M. (1978) *Destrucción y resistencia campesina. El caso del litoral pacífico*. Bogotá, Punta de Lanza.
- Thomé, H., Vizcarra, I. y A. Espinoza (2015) "Performancia y fractalización como herramientas de metabolización social de los espacios turísticos rurales. El caso de la Ruta del Queso y el Vino de Querétaro" *Spanish Journal of Rural Development*. Vol. 6, núm. 1, pp. 29-44.

- Toledo, V. M. (1996) "Principios etnoecológicos para el desarrollo sustentable de comunidades campesinas e indígenas" *Temas Clave*, CLAES. México. En <<http://www.ambiental.net/temasclave/TC04ToledoEtnoecologiaPrincipios.htm>> [Accesado el día 12 de agosto de 2014]
- Toledo, V. M. y N. Barrera (2008) *La memoria biocultural. La importancia ecológica de las sabidurías tradicionales*. Barcelona, ICARIA.
- Tregear, A. *et al.* (2007) "Regional foods and rural development: The role of product qualification" *Journal of Rural Studies*. Vol. 23, pp. 12-22.
- Vandecandelaere, E. *et al.* (2010) *Uniendo personas territorios y productos*. Guía para fomentor la calidad vinculada al origen y las indicaciones geográficas sostenibles. Roma, FAO, SENER-GI.
- Vakoufaris, H. (2010) "The impact of Ladotyri Mytilinis PDO cheese on the rural development of Lesvos island, Greece" *Local Environment*. Vol. 15, núm. 1, pp. 27-41.
- Zamora, E. (2011) "Sobre patrimonio y desarrollo. Aproximación al concepto de patrimonio cultural y su utilización en procesos de desarrollo territorial" *Pasos*. Vol. 9, núm. 1, pp. 101-113.

Reseña

