



**Alimentos y territorio.  
Tradición, instituciones y desarrollo.**

*Hipótesis de partida*

Cada territorio ha utilizado desde siempre y de forma predominante los productos locales para proveer a las exigencias alimentarias de las poblaciones que viven sobre él. La tradición, la cultura, las ordenaciones económicas, la estructura latifundista han influenciado la forma de utilizar y transformar estos productos locales. Es innegable que algunas regiones, precisamente en virtud de una especial estructura socioeconómica y de su especial evolución, se caracterizan para una fuerte y prendida vocación enológica y gastronómica que caracteriza también la organización económica. Precisamente en óptica económica estas vocaciones han atraído, en los últimos años, la atención de los estudiosos. De hecho, sobre el tema siempre más actual y apremiante de la delocalización de las actividades manufactureras, se intenta oponer una mayor identificación territorial de los productos, y en los recursos locales se encuentra con más facilidad una respuesta a esta exigencia. En otras palabras, se intenta utilizar recursos, por su misma naturaleza inamovible, para enfrentar la delocalización de actividades productivas y el consiguiente estancamiento económico. El razonamiento en sí es bastante sencillo: si la producción de casi todos los manufacturados puede ser fácilmente desplazada donde el costo de los factores productivos es más bajo, hay determinadas categorías de productos (precisamente las producciones típicas) que se escapan por completo de esta lógica y que asumen valor de mercado en relación al lugar donde fueron realizados. Si a esto se suma que sobre el territorio pueden haber muchos otros bienes culturales que pueden ser a su vez atractivos (monumentos, tradiciones artesanales, historia, folklore, fiesta y feria popular, etc.), la idea de hacer de estas realidades factores de crecimiento o por lo menos de competición económica<sup>1</sup> no es algo que esté en el aire.

El tema de los productos típicos, entonces, se entrelazan con el tema, también actual, del turismo cultural (también en la acepción enológica y gastronómica). De hecho, el sector del turismo cultural, también representa una cuota minoritaria del gasto general para el turismo, es conocida en los últimos años una fuerte expansión. Esta propensión es parte de la general diferenciación en los gustos y en las tendencias en el ámbito cultural. Al interés por la cultura se suma un interés creciente por los procesos de consumo y la concientización que las tendencias de los consumidores no pueden ser explicadas de forma satisfactoria por los simples modelos matemáticos y por la elección racional. Cuando se adquiere un producto típico, se compra también una historia que a su vez hace referencia a una comunidad y a un territorio.

La enología y la gastronomía, las tradiciones culinarias y los productos típicos no son, entonces, solamente bienes económicos en sí, sino que pueden generar sus propias actividades económicas inducidas, identificando un territorio y condicionando, por los menos en una cierta medida, los

---

<sup>1</sup> Usamos con cautela el concepto de “competición económica” porque no estamos del todo persuadidos (como es en cambio el caso de algunas instituciones gubernamentales ideadas para realizar políticas de desarrollo como l’ONUDI) que en las realidades económicamente aun no desarrolladas, el uso de los productos típicos puedan configurarse como el motor del crecimiento.

procesos de desarrollo local. No hay que olvidar que existen relaciones muy estrechas entre producción artesanal de un determinado producto típico y producción industrial del mismo. La industria, en realidad, frecuentemente ha utilizado el nombre y la reputación de un producto para poder comercializar otro, tal vez vagamente similar pero que recuerda el nombre y el lugar de origen, y no es absolutamente dicho que este comportamiento haya perjudicado las producciones artesanales y las zonas de producción<sup>2</sup>.

### *Food Lab*

Food Lab, laboratorio para la historia de la alimentación constituido en el interior del Departamento de Economía de la Universidad de Parma, se pone como primer objetivo el investigar esta multiforme realidad en todos sus aspectos con particular atención, obviamente, a la dimensión histórica. Antes que nada, se tiende a hacer sobresalir el peso económico de estas actividades en el tejido local (número de ocupados, renta realizada, valor de las exportaciones, etc.) colocando esta observación en una amplia perspectiva económica a través la reconstrucción de series históricas.

Esta recolección de datos y de serie históricas es, obviamente, uno solo de los aspectos que Food Lab tiende a tratar. Esta orientación, de hecho, no puede resaltar los aspectos cualitativos, culturales e históricos. En esta dimensión tiene que surgir el rol de las instituciones locales (defensa, promoción o “invención” de la tradiciones), el rol del asociacionismo (monitorización y control de calidad), el rol de la instituciones nacionales e internacionales (por ejemplo en la certificación de calidad de las variadas tipologías). Pero también, los elementos de más largo período como la evolución agrícola, los sistemas de dirección de la tierra, las relaciones económicas, los canales comerciales, el rol de las corporaciones urbanas en la definición de la técnica de transformación y conservación de los productos locales, etc.. Un objetivo fundamental es la individualización de las conexiones con el sector primario y con el terciario (comercio, restauración, turismo, administración pública, etc.).

Si el estudioso inglés John Dickie en el best-seller *“Delizia! The epic history of the Italians and their food”* puede intentar contar la historia de Italia desde el Medioevo hasta el día de hoy, empezando desde la historia de la alimentación, es claro que estamos hablando de un ámbito que anda mas allá de la gastronomía y de la historia agraria. El binomio alimento-territorio es indudablemente central en la interpretación del desarrollo socio-económico italiano pero puede llegar a ser una sensible herramienta para los diferentes caminos de desarrollo de las diferentes regiones europeas. El laboratorio no pretende, entonces, reducir sus ámbitos de investigación solamente en la realidad italiana si no que tiende a abrirse al panorama internacional con particular atención al contexto europeo.

La relación entre alimento y territorio no se resume solamente desde el lado de la producción si no que es especialmente relevante, también, desde el aspecto de los consumos y luego de la demanda. De hecho los consumos alimenticios de una determinada área, están determinados ya sea por lo productos locales o sea por las transformaciones socio-políticas que han influido sobre los gustos, sobre las tradiciones, creando contaminaciones y usos originales de productos importados. Uno de los más importantes investigadores del desarrollo económico siguiente a la Revolución Industrial, David Landes, ha observado que “si la historia del desarrollo económico nos enseña algo es que lo que hace la diferencia es la cultura”. Si esto tiene valor para la historia del desarrollo industrial con mayor razón será para las diferentes tipologías de producción y de consumo que tienen raíces en épocas más lejanas.

La historia de los alimentos, en todas sus dimensiones (producción, conservación, comercio, transporte, consumo), es ciertamente una corriente de la historia económica pero al mismo tiempo

---

<sup>2</sup> El caso del “Aceto Balsamico Tradizionale di Modena” y de su copia industrial, el “Aceto Balsamico di Modena”, representa un ejemplo paradigmático de cooperación entre producción típica y producción industrial que ha dado origen a ventajas recíprocas.

es un pilar de la historia cultural. Es más, precisamente las consideraciones de un estudioso como Landes nos permiten de sostener que el trabajo de investigación que Food Lab se propone es sobre todo la tentativa de poner en contacto dos ramas de la historia que muy pocas veces han encontrado un ámbito en común sobre el cual dialogar.