



Revista Austral de Ciencias Sociales

ISSN: 0717-3202

ISSN: 0718-1795

revistaaustral@uach.cl

Universidad Austral de Chile

Chile

Lira Camposano, Luis; Mujica, Fernando; Lacoste, Pablo
Productos típicos y Sello de Origen (Región de O'Higgins, Chile) *
Revista Austral de Ciencias Sociales, núm. 41, 2021, Julio-Diciembre, pp. 257-274
Universidad Austral de Chile
Valdivia, Chile

DOI: <https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2021.n41-13>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=45969622013>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Productos típicos y Sello de Origen (Región de O'Higgins, Chile)*

Typical Products and Seal of Origin (O'Higgins Region, Chile)

LUIS LIRA CAMPOSANO
FERNANDO MUJICA
PABLO LACOSTE**

Resumen:

Ante la pérdida de rentabilidad de las zonas rurales y la necesidad de generar nuevas

* Este artículo se ha elaborado en el marco de los proyectos "Patrimonio como herramienta de Desarrollo Territorial". FIC R 30487886-0 (GORE O'Higgins, 2018-2021) y "Rutas de la Patria Nueva. Innovación para las Pymes del sector turismo". FIC R 30428173-0 (GORE O'Higgins, 2015-2017).

** Luis Lira Camposano es profesor de la Universidad Finis Terrae, Santiago, Chile. Email: luisliraft@uft.cl Orcid: 0000-0002-6288-2286. Fernando Mujica es profesor de la Escuela de Sommeliers de Chile, Santiago, Chile. email: fernandomujica.chefsomelier@gmail.com. Orcid: 0000-0002-1750-1157. Pablo Lacoste (autor correspondiente) es académico de la Universidad de Santiago, Chile. Dirección Postal: Román Díaz 89, Providencia, Santiago, Chile. correo electrónico: pablo.lacoste@usach.cl.

actividades económicas para prevenir la migración campo-ciudad, la economía naranja ha propuesto poner en valor el patrimonio y la cultura como herramienta de desarrollo socioeconómico territorial. Para avanzar en esta dirección, se ha realizado un estudio en profundidad del patrimonio agroalimentario de la Región de O'Higgins (Chile), con vistas a identificar aquellos productos con potencial de desarrollo y su eventual valoración con Sellos de Origen y Denominaciones de Origen. Se aplicaron métodos cualitativos y cuantitativos de investigación en Ciencias Sociales, indagando tanto los productos típicos valorizables y las políticas públicas aplicadas para su valoración. Se detectaron productos de gran valor cultural y viabilidad comercial elaborados por artesanos, campesinos y hacedores culturales. Paradójicamente, se detectaron fuertes falencias en los organismos encargados de promover su valoración (CODELCO, Ministerio de Culturas, Fundación Artesanías de Chile, Cancillería, entre otros), debido a la falta de conocimiento sobre el patrimonio y las deficientes estrategias para su valoración y patrimonialización.

Palabras clave: desarrollo local - visibilización y valoración de productos del campo – patrimonio agroalimentario – sellos de origen

Abstract

In the wake of loss of profitability in rural areas and the need to generate new economic activities to prevent rural-out migration, the orange economy has proposed to enhance the value of heritage and culture as a tool for territorial socio-economic development. To move forward in this direction, this article analyzes the agri-

food heritage of the O'Higgins Region (Chile) with the purpose of identifying those products with potential of development and their eventual valorization with Seals of Origin and Records of Origin. The article uses both qualitative and quantitative social science research methods to learn about typical products and public policies aimed at their valorization. The study also detects products of great cultural value and commercial viability produced by artisans, farmers, and cultural makers. Paradoxically, the article detects strong shortcomings in the organizations in charge of assessing them (CODELCO, Ministry of Cultures, "Artesanías de Chile" Foundation, Ministry of Foreign Affairs, among others) due to a lack of knowledge about heritage and deficient strategies for appraisal.

Keywords: Local Development - Visibility and Valorization of Rural Products - Agri-food Heritage - Seals of Origin

1. Introducción

En el marco de la economía naranja (Lozano, Méndez y González, 2018) y las políticas públicas orientadas a valorizar los productos típicos a través de las certificaciones, se detecta una brecha significativa entre Europa y América Latina. El Viejo Continente cuenta con un formidable patrimonio agroalimentario, protegido con más de 1.000 indicaciones de procedencia, como Indicaciones Geográficas (IG), Denominaciones de Origen (DO) y Expresiones Tradicionales Garantizadas, y promovido por empresas grandes y medianas, que se apoyan en la identidad de sus vinos y alimentos para incrementar sus exportaciones. La madurez del sistema europeo es resultado de un siglo y medio de políticas públicas de

protección de sus productos típicos (Togores, Parga y Diz 2020; Sequeira y Montes Leal, 2020; Sequeira 2015; Checa Moral 2019; Castillo y Martínez 2014). Por contraste, en América Latina, la situación es muy diferente. Desde fines del siglo XIX, y durante gran parte del siglo XX, en lugar de desarrollar productos con identidad propia, se optó por usar nombres de las indicaciones europeas, como si fueran genéricos (Núñez 2016; Molina 2015a; Jeffs 2014). Muy pocos productos latinoamericanos se valorizaron y protegieron con estos signos de distinción, como las DO pisco en Chile y Perú, singani en Bolivia y tequila de México (Gómez Cuevas, Delgado y Palmas 2020; Cofré y Stewart 2020). En los albores del siglo XXI avanzó con fuerza la toma de consciencia sobre el valor del propio patrimonio agroalimentario tal como reflejan los casos de Brasil, Argentina y Chile (Rojas 2021 y 2015; Castro et al 2020, 2017, 2016 y 2015, Cendón y Bruno 2018, Carduza, Champredonde y Casablanca, 2016, Belmar 2016, Aguilera 2016, Arancibia 2016, Molina 2015b; Sousa 2015; Castro, Mujica y Arangoña 2015).

La implementación de estas nuevas políticas públicas conduce a la pregunta crucial. ¿En qué medida estas iniciativas han alcanzado sus objetivos, en el sentido de fortalecer la identidad de los alimentos y contribuir al bienestar de los actores socioculturales? ¿Han logrado efectivamente contribuir a superar la pobreza y la desigualdad en las zonas rurales? Para despejar estas incógnitas, el presente artículo examina críticamente la experiencia del caso chileno, particularmente la Región de O'Higgins.

La Región de O'Higgins se encuentra en el centro de Chile, inmediatamente al sur de la capital del país. Tiene una población de

un millón de habitantes y se extiende desde la cordillera de los Andes hasta el Océano Pacífico, con una superficie de 16.000 km². Su capital es la ciudad de Rancagua, situada 90 km al sur de Santiago. Está subdividida en 33 comunas, cada una de las cuales es gobernada por un alcalde y un concejo municipal, electos por el pueblo. Las comunas tienen autonomía, no así el gobierno regional, conducido por un delegado del gobierno nacional, designado y removido por el presidente de la República.¹ La ausencia de un gobierno regional autónomo, sumada a la proximidad de la capital del país, contribuyó a inhibir las posibilidades para el desarrollo de una masa crítica capaz de diseñar proyectos de desarrollo para la región, a partir de los recursos culturales, la identidad y el patrimonio. Ello facilitó la supremacía de las grandes empresas nacionales e internacionales que, establecidas en esta región como enclaves, lograron fortalecer su control sobre las cadenas de producción, distribución y comercialización de productos.

El objeto de estudio del presente artículo es estudiar los productos típicos de la región de O'Higgins y el grado de avance logrado para su visibilización y valoración como herramientas de desarrollo socioeconómico territorial. Ello implica el análisis crítico del funcionamiento de las instituciones involucradas en este proceso, incluyendo al Ministerio de Economía, el Ministerio de Agricultura, el Ministerio de Cultura, la mayor empresa de Chile, CODELCO, a cargo de la producción de cobre de la mina El Teniente y la Fundación Artesanías de Chile, entre otras entidades.

¹ A partir de 2021 se estableció que el pueblo de la región puede elegir a su gobernador regional. Pero el Congreso le ha negado facultades relevantes, que se mantiene en el patrón unitario, a través de la figura del delegado presidencial.

2. Materiales y métodos

El trabajo tuvo como objetivo identificar los productos típicos patrimoniales de la Región de O'Higgins, apoyar a los productores, promover la asociatividad e impulsar su postulación para obtener el Sello de Origen con vistas a mejorar su visibilización y valoración.

En el proceso de identificación de los productos típicos, se realizó una revisión general de los registros de estos en la prensa regional. Se revisaron completos los diarios y periódicos editados en las ciudades de la región desde el inicio de la prensa, en 1848, hasta 2016. Se registraron 244 periódicos, día por día. También se compulsaron los fondos notariales y judiciales del periodo colonial de Rancagua y San Fernando (sobre todo siglos XVIII y XIX), conservados en el Archivo Nacional, juntamente con los expedientes obrantes en los archivos del Ministerio del Interior. El trabajo fue realizado por un equipo de diez ayudantes y se focalizó en detectar los productos típicos patrimoniales de la Región de O'Higgins y asuntos anexos, como registros y representaciones cartográficas del territorio, rutas comerciales, usos y costumbres. Particular riqueza aportaron los inventarios de bienes, testamentos y cartas de dote del periodo colonial, que aportaron datos fundamentales del origen de productos típicos regionales como chupallas, chamantos, vinos, sal de costa, mimbres de Chimbarongo, entre otros, entre el siglo XVII y mediados del XIX; a partir de entonces, la prensa fue la fuente principal para conocer la evolución de esos productos, así como el surgimiento de otros nuevos. Para complementar las fuentes escritas, se realizaron trabajos en terreno para realizar entrevistas a los hacedores actuales para detectar los productos típicos vigentes.

También se consideraron fuentes etnohistóricas para conocer el aporte del legado de los pueblos indígenas en el patrimonio agroalimentario actual.

Sobre esta base se logró identificar los productos típicos locales, desde sus orígenes hasta la actualidad. Esta primera etapa del trabajo se financió con un proyecto del Fondo de la Innovación y la Competitividad y se ejecutó entre 2015 y 2018.

En una segunda etapa se procedió al proceso de organización de los productores, con vistas a la asociatividad, y luego se impulsó su postulación al programa Sello de Origen, cuando ello fue posible. También se observaron aquellos productos que no correspondía postular por haber obtenido el reconocimiento antes, o por otros motivos. En esta etapa se pudo observar con mayor precisión el funcionamiento de los organismos estatales orientados a apoyar a los productores e influir en el reconocimiento y valoración de sus productos típicos, tales como municipios, Ministerio de Cultura, Ministerio de Economía, el Ministerio de Agricultura, y empresas del Estado, como CODELCO.

Principal empresa productora y exportadora de cobre de Chile, y propiedad del Estado, CODELCO tiene gran influencia en la Región de O'Higgins, cuya capital, Rancagua, creció con fuerza en el siglo XX, gracias a la proximidad de El Teniente, la mina de cobre más grande del mundo. Además, dentro de la propiedad de CODELCO se encuentra el antiguo pueblo minero de Sewell, situado en alta montaña y reconocido como Patrimonio Mundial por la UNESCO. Se trata de un lugar turístico de alta categoría, visitado por el segmento ABC1, con gran capacidad de poder de compra.

CODELCO tiene un vínculo especial con un producto típico de O'Higgins: el cobre labrado de Coya. Esto se debe a dos motivos. Por un lado, por la Escuela de Orfebres que CODELCO sostiene en Coya para formar artesanos especializados en el trabajo del cobre; por otro, por el control de la sala de ventas a los turistas que visitan Sewell, donde naturalmente, tras visitar las minas, los turistas pueden satisfacer el interés por la cultura del cobre, adquiriendo artesanías de este material, proceso similar a la venta de artefactos de plata en Tasco, México, entre otros ejemplos mundiales. El trabajo de campo permitió visitar la Escuela de Orfebres de Coya y el centro turístico de Sewell, para ponderar el grado de realización del potencial de CODELCO para visibilizar y valorizar el producto típico cobre labrado de Coya.

Con respecto al Ministerio de Cultura, se detectó su capacidad de influir en el patrimonio y los productos típicos a través de algunos de sus programas más activos: Inventario del Patrimonio Cultural Inmaterial, Tesoros Humanos Vivos, Sello de Excelencia, Maestro Artesano, Pueblos Originarios. A través de estas distinciones, el Ministerio de Cultura celebra regularmente concursos para identificar, visibilizar y galardonar a los cultores, con vistas a apoyarlos y prevenir la desaparición de los saberes ancestrales. Al apoyar a los artesanos dedicados a productos típicos, el Ministerio de Cultura tiene el potencial de contribuir al fortalecimiento y consolidación de los mismos. Es decir, igual que en el caso de CODELCO, el Ministerio de Cultura tiene un potencial considerable para influir positivamente en el desarrollo de estos productos. En la ejecución del trabajo se pudo prestar atención a su influencia real y efectiva en el tema. Así mismo, el Ministerio de Agricultura tiene también un

potencial de influir en el proceso de valoración de los productos típicos, a través de sus organismos específicos desplegados en el territorio, como el Instituto Forestal (INFOR) y el Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria (INIA), encargado de realizar estudios específicos que sirvan de base para fundamentar el eventual reconocimiento de productos agrícolas como Indicación Geográfica o Denominación de Origen. ¿Cómo operan en terreno estas entidades? ¿Cuáles son sus fortalezas y debilidades?

Otro actor relevante en este proceso es la Fundación Artesanías de Chile, cuyo liderazgo es tradicionalmente confiado al consorte del presidente de la República. Esta entidad dispone de grandes espacios ubicados en lugares estratégicos, de alta visibilidad nacional e internacional. Tiene sedes de cientos de metros cuadrados para exhibir artesanías en el aeropuerto internacional de Santiago, y en el Centro Cultural del Palacio de la Moneda, en pleno centro de la ciudad. Millones de personas circulan anualmente por estos espacios, lo cual convierte a la Fundación Artesanías de Chile en un lugar privilegiado para visibilizar, promover y valorizar los productos típicos chilenos.

En esta etapa, se utilizaron métodos cualitativos de investigación en Ciencias Sociales, particularmente a través de visitas a terreno y técnica de investigador participante (Taylor y Bodgan 1987). Se celebraron reuniones presenciales con referentes de estas instituciones y se observó su funcionamiento con relación al proceso de visibilización y valoración de los productos típicos. Este trabajo fue financiado por otro proyecto del Fondo de la Innovación y la Competitividad, ejecutado entre 2018 y 2021.

3. Resultados de la identificación

La tarea de identificar los productos patrimoniales permitió descubrir una asombrosa trama sociocultural, construida colectivamente a lo largo de los siglos, que se mantiene viva a pesar de las grandes industrias agroalimentarias y su control hegemónico sobre los canales de comercialización y distribución. Los cultores regionales han logrado salvaguardar sus tradiciones y saberes culturales, su capacidad creativa y su identidad. A pesar de su escasa visibilidad, la región mantiene intacta su capacidad de elaborar productos de singular belleza, que pueden brillar en una mesa de restaurant o casa particular (Imagen 1).

Imagen 1: Mesa en una casa del barrio alto de Santiago, alhajada con productos típicos patrimoniales de la región de O'Higgins: sillas de mimbre de Chimbarongo; jarra, salsera y cazuelas de cerámica de Pañul; sal de Cáhuil; pan de masa madre y harina del molino de Pañul; vino de las ruedas de Almahue.



Foto: Alexandra Kann.

En la ejecución del proyecto se realizaron evaluaciones con vistas a identificar aquellos productos con potencial de desarrollo comercial, para lo cual fue necesario examinar críticamente tanto la calidad del producto como la masa crítica de los productores. Algunos productos se detectaron como excesivamente circunscritos a cultores individuales o muy escasos, con lo cual, no presentan perspectivas de desarrollo para el corto plazo; otros han desaparecido; y otros han perdido o desdibujado completamente su identidad.

Se confirma la relevancia del legado de los pueblos indígenas en la configuración del patrimonio actual. Se detectó que la habilidad en el trenzado de las fibras de mimbre fue una capacidad notable en el imperio inca, reconocida como tal por el imperio español; estos conocimientos se proyectaron hacia el Cono Sur y fueron registrados por los notarios españoles en Chimbarongo en el siglo XVIII. Por lo tanto, se descubrió que el producto típico actual es resultado de una evolución cultural de al menos cinco siglos, e incluye el legado de los pueblos indígenas prehispánicos (Castro, Lacoste y Mujica 2020).

Algo parecido ocurre con la cerámica. Esta región fue muy rica en el desarrollo de cerámicas de tradición indígena, tal como todavía puede verse en San Vicente de Tagua Tagua, pero, en este caso, el producto no cuenta con las características adecuadas para un desarrollo comercial por la escasez de cultores. La cerámica de Tagua Tagua, hoy existente, es un producto de gran valor cultural, pero de muy poco volumen de producción. Sin embargo, hubo otros procesos paralelos, de singular proyección; la tradición inca de utilizar moldes para obtener mayores cantidades de

recipientes utilitarios de cerámica a menores costos se reactivó en la localidad de Pañul, a partir de la década de 1980. Después de varias décadas, el proyecto se consolidó, con el apoyo de INDAP, y surgieron cerca de veinte talleres familiares especializados en la elaboración de esta cerámica, de elegantes diseños y hornos artesanales a leña. La cerámica de Pañul fue detectada y seleccionada para su postulación al programa Sello de Origen.

Imagen 2: Cerámica de Pañul expuesta en taller del artesano local.



Foto: Alexandra Kann.

La tradición indígena en la zona se expresó también en los planos minero y agrícola, sobre todo con el cultivo de sal de costa y quínoa. La presencia de los incas en esta región, en vísperas de la conquista española, se hizo

visible en las obras de riego, la construcción de pucarás y la mejora de los métodos de cultivo. La cultura del agua, la cultura del riego y la cultura del agro se vieron vigorizadas con la presencia de los incas en la cuenca del Cachapoal. Este producto declinó durante la colonización española, por imposición de las plantas del pueblo conquistador (sobre todo trigo); pero en las últimas décadas se produjo un resurgimiento importante, debido al trabajo de pequeños productores apoyados por el Ministerio de Agricultura. El INIA realizó un estudio específico sobre la quinoa de secano, contribuyendo a facilitar las condiciones para su valoración. El trabajo permitió conocer con mayor claridad el valor de la quinoa. La campaña de toma de conciencia sobre el valor de los productos típicos patrimoniales de la región contribuyó a medidas concretas, como las ordenanzas municipales de la comuna de Paredones, orientadas a poner en valor la quinoa. El cuarto producto local de origen indígena es la sal de costa, conocida popularmente como sal de Cáhuil. Los pueblos indígenas conocían y explotaban la sal de costa, desde antes de la llegada de los españoles. En el periodo colonial, este producto creció en importancia y visibilidad. Se logró un avance importante en el conocimiento de la historia y trayectoria de esta sal (Lacoste Adunka et al. 2017).

En el periodo colonial español tomaron forma otros productos típicos. Por un lado, la abundancia de cobre en Chile generó una fuerte tradición de artesanía en cobre. Los cobres labrados chilenos se distribuyeron por buena parte del Cono Sur de América para satisfacer la demanda doméstica, para iluminar y calefaccionar las casas, para preparar alimentos y conservas y servir la mesa. Esta tradición se extendió entre mediados del siglo XVI y mediados

del XIX, cuando el avance de la producción industrial desplazó gradualmente los productos artesanales (Lacoste et al. 2016). Los cobres labrados chilenos perdieron centralidad, pero se mantuvieron vivos, a través de algunos cultores que resistieron con sus tradiciones. La escuela de artesanos en cobre de Coya, financiada por CODELCO, abrió una buena oportunidad para el resurgimiento de este producto. El presente estudio detectó la presencia de varios orfebres dedicados a trabajar piezas en cobre, motivo por el cual se incorporó este producto a la lista de potenciales Sellos de Origen.

Con los españoles llegó también la planta de la vid y con ella el vino. En este contexto surgieron varios productos en la Región de O'Higgins: vinos, chichas y licores (Mujica 2017). Entre ellos se destaca el chacolí, vino típico chileno, cuyos orígenes se remontan a fines del siglo XVIII. El estudio detectó la rica historia del chacolí a lo largo de más de dos siglos (Mujica y Castro 2021; Mujica 2017). A pesar de su tradición y vitalidad, el chacolí de Doñihue, como tal, no se puede postular al programa Sello de Origen por la acción del Ministerio de Relaciones Exteriores, el cual renunció al nombre chacolí al firmar el Acuerdo de Asociación con la Unión Europea, en el capítulo específico de vinos (*Wine Agreement*, 2003). Los funcionarios de cancillería accedieron a ese pedido calculando que se trataba de una falsificación realizada por la industria, como ocurrió a fines del siglo XIX con vinos y destilados famosos como champagne, oporto, jerez y cognac. Al parecer, no sabían que, a diferencia de los productos mencionados, el chacolí no era un producto generado por la industria, sino un vino típico, elaborado por los campesinos chilenos desde fines del siglo XVIII. Es decir, era un producto anterior a la existencia del Estado de Chile. A pesar

de ello, el Ministerio de Relaciones Exteriores, al firmar el *Wine Agreement* de 2003, priorizó los intereses de la gran industria vitivinícola de Chile, cuyas tres mayores empresas concentran el 90% del mercado interno. Y no dudaron en entregar el chacolí de los campesinos. Como resultado, se dejó fuera de la legalidad al chacolí como producto chileno, motivo por el cual, quedó cerrado al camino para su postulación al programa Sello de Origen (Lacoste et al, 2015).

De la época española provienen otros productos típicos locales, el chamanto de Doñihue y las chupallas de La Lajuela y San Pedro de Alcántara. El estudio realizado permitió conocer en profundidad la evolución histórica del chamanto y su entronque con las tradiciones textiles indígenas (Lacoste Adunka et al. 2018; Castro, Mujica y Cussen 2017). Con respecto a las chupallas, se detectó que este producto típico surgió del ingenio de los campesinos pobres, que optaron por aprovechar artísticamente materiales que se descartaban: paja de trigo y de teatina. A partir de estas materias primas casi sin valor económico, las hábiles manos campesinas logran labrar un sombrero práctico y elegante, con una amplia variedad de modelos, según su fineza y finalidades (con un valor comercial entre U\$S 30-500). El proyecto permitió generar trabajos publicados específicos sobre la chupalla y su evolución histórica en Chile durante trescientos años (Núñez y Lacoste 2017).

El estudio de los canteros y el arte de labrar la piedra fue otro foco de investigación. Se estudiaron las piedras de los molinos hidráulicos harineros que, siguiendo el modelo medieval, los españoles introdujeron en América Latina y se aplicaron en Chile. Los museos chilenos suelen exhibir piedras de molinos, sin explicar

Imagen 3: Molino hidráulico harinero de Pañul. Vista externa. Canoga para conducir el agua; rueda vertical y casa del molino.



Foto: Alexandra Kann.

Imagen 4. Molino de Pañul. Vista interna. Don Servando, el molinero con su chupalla (sombrero de paja de trigo) junto a la tolva y las piedras de moler.



Foto: Alexandra Kann.

con claridad su significado y alcances; además, en la Región de O'Higgins todavía funcionan dos molinos de carácter artesanal. El estudio permitió indagar estos casos particulares en el contexto general de la tradición hispanoamericana y entregar así los primeros estudios científicos sistemáticos sobre la evolución general de los molinos hidráulicos artesanales harineros

en Chile (Lacoste, 2018). De este modo se generó un aporte para comprender mejor el patrimonio regional, tanto el que se exhibe en los museos, como el patrimonio vivo, expresado en los molinos artesanales de Rodeillo y Pañul, que todavía muelen el grano con el método tradicional. Estos antecedentes llevaron a entroncar con otros artesanos en piedra, los canteadores de Pelequén, que utilizan la piedra rosada local, entre otras, para elaborar fuentes y otros objetos. Se realizó un estudio específico de esta comunidad de productores, para su eventual postulación al INAPI.

Imagen 5: Fuente de piedra canteada de Pelequén.



Foto: Alexandra Kann.

Otros productos interesantes también surgieron del estudio, pero sin entregar perfiles adecuados para su desarrollo como para ser postulados ante INAPI. Se pudo reconstruir la evolución de las chupallas en Chile a lo largo de tres siglos, lo cual ayudó a la postulación de este producto, pero en otra región del país (Núñez et al. 2017). También se descubrió una historia notable de los pescadores artesanales del borde costero regional, incluyendo luchas épicas con los poderosos dueños de las ricas haciendas, que terminaron por encerrar al jefe del sindicato en una cárcel privada, e incendiar las modestas viviendas de los pescadores (Lacoste Adunka 2018). Además, se conoció la trayectoria de productos vitivinícolas como chichas, vinos y destilados (Mujica 2017). A ello se sumaron productos alimentarios de gran potencial como quinoa de secano, cordero de secano, aceite de oliva de Lolol, cocos y miel de palma chilena, entre otros.

El relevamiento general del patrimonio agroalimentario de la Región de O'Higgins permitió identificar los productos típicos regionales y establecer sus diferentes niveles de potencialidad para desarrollarse en forma sostenible desde el punto de vista comercial. Se detectó un rico patrimonio, resultado de la herencia cultural de pueblos originarios y de la tradición mestiza del periodo hispanocriollo. Se detectaron también los vínculos entre estos productos, de modo tal que resultaría conveniente impulsarlos en conjunto para generar sinergia entre ellos, lo cual redundaría en mejores resultados.

Imagen 6: Mimbres de Chimbarongo exhibidas durante la “Expomimbre”.



Foto: Alexandra Kann

El proyecto permitió fortalecer la autoconciencia de los barrios gastronómicos regionales como embajadas culturales del territorio. Se avanzó en la visibilización y patrimonialización de los productos locales. Se recomendó, por ejemplo, que un restaurant regional pudiera decorar su antejardín con una fuente de piedra canteada de Pelequén; el *maitre* podría recibir a los turistas con chamanto de Doñihue y chupalla de la Lajuela. En el interior del salón, la iluminación podría proveerse con lámparas de mimbre de Chimbarongo y candelabros de cobre labrado de

Coya; los muros de la cocina podrían decorarse también con pailas y sartenes de cobre labrado de Coya. En las mesas se podrían exhibir paneras de mimbre de Chimbarongo, alcuceras de cerámica de Pañul, conteniendo sal de Cáhuil y aceite de oliva de Lolol. En la carta se recomendaría implementar platos (en España se diría “platillos”) con productos locales, incluyendo cochayuyos del borde costero, quinoa del Secano, cordero del Secano, entre otros productos. Entre las bebidas se podría incluir chacolí, chichas y vinos locales. Sobre la base de estas ideas, se elaboraron proyectos de Ordenanzas Municipales, con vistas a promover, valorar y visibilizar el patrimonio agroalimentario regional, y estimular su implementación en los restaurantes, posadas, tabernas y hoteles. Los proyectos fueron formalmente presentados en los 33 municipios de la región de O’Higgins, y se explicaron en los seminarios sobre el patrimonio agroalimentario regional, que se dictaron en los 33 municipios.

4. Resultados de la organización y las postulaciones

El trabajo de identificación culminó con ocho productos principales. Uno de ellos, el chacolí, estaba vetado por la entrega que hizo el Ministerio de Relaciones Exteriores; otros dos productos típicos (sal de Cáhuil y chamantos de Doñihue) ya tenían el reconocimiento como Denominación de Origen. Quedaba por lo tanto la opción de postular los cinco restantes: cobre labrado de Coya, piedra canteada de Pelequén, mimbre de Chimbarongo, cerámica de Pañul y quinoa de secano. El proceso de organización de los productores, elaboración de reglamentos y postulación fue la segunda etapa del trabajo. Se trabajó en esa dirección durante tres años, lo

cual permitió observar en terreno las prácticas de los actores involucrados, tanto los productores como los organismos estatales. Los resultados fueron los siguientes.

El papel de las instituciones tuvo sus claroscuros. En este plano jugaron cinco actores relevantes: el Ministerio de Agricultura, CODELCO, la Fundación Artesanías de Chile, el Ministerio de las Culturas y los municipios. La interacción recurrente con estas cinco entidades permitió detectar patrones y problemas en su modo de vinculación con el patrimonio agroalimentario y artesanal del país.

El Ministerio de Agricultura participó a través de dos agencias subordinadas: INFOR e INIA. Estas entidades disponen de los conocimientos y estudios necesarios para fundamentar las postulaciones de estos productos, pero carecen de vías institucionales para brindar regularmente asistencia a los gremios de productores. En sus rígidos organigramas institucionales, se detectaron falencias o pobreza institucionales, que obstaculizan a sus profesionales la tarea de invertir tiempo o recursos en actividades no “medibles” para sus rendiciones de cuentas y sus objetivos institucionales por los cuales son medidas y evaluadas. Al parecer, en los compromisos de desempeño, no se incluyen categorías para incluir servicios de responsabilidad social, vinculación con el medio o creación de bienes públicos. Por lo tanto, la ayuda depende exclusivamente de la generosidad personal de los profesionales antes que de la política institucional. Afortunadamente, Marta Ábalos elaboró un detallado informe sobre el Mimbres de Chimbarongo, que resultó decisivo para obtener el Sello de Origen. Por su parte, Christian Alfaro (INIA-Litueche) comprometió un detallado

informe sobre la quinoa de secano como base para la postulación respectiva.

Contrastando con el compromiso social de los profesionales del INFOR e INIA, la actitud detectada en CODELCO y en la Fundación Artesanías de Chile se distinguió por su elitismo y desafección por los cultores de productos patrimoniales. La poderosa empresa de cobre es la que dispone de mayores recursos para impulsar a las agrupaciones de artesanos y poner en valor los productos típicos. Los fondos destinados a programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) cuentan con buen financiamiento. Además, el control del centro turístico internacional Sewell, es otra herramienta de gran potencial. Sin embargo, estos elementos no operan en favor del patrimonio, por la total desconexión de los gerentes de CODELCO con los valores del patrimonio, la identidad y los productos típicos. Por un lado, las instalaciones de Sewell no incluyen artesanías en cobre como oferta para los turistas de alto poder adquisitivo que la visitan regularmente; ello implica desperdiciar un punto de venta estratégico.

En segundo lugar, los fondos de RSE se entregan con criterio asistencialista (por ejemplo: donar pelotas de fútbol) y no como herramienta de desarrollo económico sostenible para las pymes locales, es decir, como fondos de inversión.² En tercer lugar, la Escuela de Orfebres de Coya

² CODELCO se siente comprometida con las comunas que participan en el relave minero de El Teniente. Este relave llega hasta el Embalse Carén, en la comuna de Alhué, Provincia de Melipilla, Región Metropolitana. Las comunas que participan en el canal de relave son: Rancagua, Machalí, Olivar, Doñihue, Alhué. Esto significa que, para CODELCO, la contaminación del canal de relave no llega a otras comunas de las regiones involucradas. Con este criterio, sus fondos de RSA se concentran en estas zonas afectadas.

no se orienta a formar artesanos que puedan poner en marcha pymes orientadas al mercado, que puedan elaborar productos con buena correlación entre calidad y precio, de modo tal de asegurar ventas regulares, capaces de sostener decenas de pymes locales, como ocurre en Tasco con los plateros. Todo lo contrario, la Escuela de Orfebres de Coya se enfoca en capacitar a un reducido número de artesanos en artes muy sofisticados, orientados a la joyería y a piezas exclusivas, de altos precios, dedicadas únicamente al segmento ABC1. En la visita que el proyecto realizó a las instalaciones de esta escuela, se pudo ver un lujoso brazalete de cobre labrado, que brilló en la película *Wonder Woman*, pero no había allí pailas, sartenes ni otros utensilios que pudieran llegar a los barrios gastronómicos regionales, para aportar identidad y arraigo territorial. La sensación que entregó la dirección de la escuela fue más bien de un enfoque elitista, tratando de abastecer un cliente lejano y lujoso, antes que sumarse al esfuerzo de construir colectivamente el patrimonio y la identidad territorial. Ello implica un mercado muy reducido, sólo al alcance de un minúsculo grupo de cultores sofisticados. Como resultado, después de varias décadas de funcionamiento, con subsidios de CODELCO, la Escuela de Orfebres de Coya no ha sido capaz de generar una masa crítica de unas decenas de pymes, que puedan abastecer cadenas de producción y comercialización para un mercado de clase media. Solo han surgido unos pocos artesanos, algunos de ellos muy sofisticados y de perfil elitista.

La Fundación Artesanías de Chile exhibió enfoques similares a CODELCO, con la más completa desconexión de sus autoridades y referentes, con la realidad de los campesinos autores de productos típicos. En los elegantes

salones de esta entidad, tanto en el aeropuerto internacional como en el Centro Cultural La Moneda, la Fundación dispone de enormes espacios para exhibir los productos; y ellos efectivamente están allí, pero de un modo tal que se oculta su origen. Los elegantes mesones incluyen piezas delicadas de Cerámica de Pañul, junto con chupallas de San Pedro de Alcántara y finas lámparas de mimbre de Chimbarongo, pero sin indicar de qué se trata; no se muestra el origen de las piezas; no hay cartelera que ayude al visitante a asociar el objeto con el lugar de origen, ni con la comunidad de artesanos que los produce. El personal que atiende al público desconoce el sentido patrimonial de estos productos; no sabe diferenciar las chupallas de La Lajuela de las de San Pedro de Alcántara; tampoco tiene nociones de la existencia de esos lugares, ni del pintoresco pueblo de artesanos de Pañul. Los salones de la Fundación parecen un lugar comercial, con productos desconocidos, apátridas, sin padre ni madre. Cuando los miembros del proyecto consultaron a los encargados de estos salones sobre las causas de no tener carteles para indicar el origen de los productos, por toda respuesta se indicó que “no había recursos” para ello. No había una hoja de papel ni una impresora para que millones de visitantes supieran que estaban frente a Cerámica de Pañul o frente a otros productos de valor patrimonial.

Imagen 7: Stand de Fundación Artesanías de Chile. Muy elegante, pero oculta origen de los productos.



Foto: Alexandra Kann.

El enfoque elitista de los gerentes de CODELCO y los funcionarios de la Fundación Artesanías de Chile se reflejó también en los funcionarios del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. Al aplicar las políticas públicas en terreno, esta repartición fortaleció las tendencias al individualismo mediante premios y reconocimientos a figuras destacadas, sin el menor sentido de alentar la asociatividad. El Ministerio distinguió, promovió y visibilizó el talento individual, el trabajo exclusivo, para el segmento ABC1, promoviendo el enfoque individualista. Los premios que concedió a destacados cultores de la artesanía en cobre contribuyeron a promover el culto al talento individual y debilitaron las posibilidades de generar agrupaciones de productores, rompiendo, el tejido social. Un talentoso artesano del cobre, multipremiado por los organismos oficiales, después de décadas de destacada trayectoria, solo contaba con dos discípulos, ninguno de los cuales podía vivir de la artesanía en cobre: debían trabajar a tiempo completo de empleados estatales para

mantenerse y solo cultivar el oficio en fines de semana, por falta de mercados y posibilidades de venta. En estas condiciones, a pesar de los esfuerzos de la Municipalidad de Machalí, no fue posible crear una agrupación de productores de cobres labrados de Coya para postular al programa Sello de Origen.

Contrastando con el elitismo de Codelco, la Fundación Artesanías de Chile y los intelectuales del Ministerio de las Culturas, los actores municipales demostraron una actitud constante de apoyo y compromiso con los productores locales. Resulta notable la deferencia, compromiso y sensibilidad social de los distintos cuadros municipales con relación a los cultores desplegados en sus territorios. El coordinador del Programa de Desarrollo Agrícola Local (Prodesal) de Paredones, Héctor González exhibió gran capacidad para reunir a los productores de quínoa; en esa comuna, el director de Desarrollo Económico, Salvatore Urzúa fue clave para identificar y convocar a los empresarios dedicados a la comercialización de la quínoa. Lo mismo puede decirse de Pichilemu, donde la Encargada de Turismo y Cultura, Damina Cornejo, expresó una capacidad notable para convocar y conectar, no solo a los artesanos de Cerámica de Pañul, sino también a los productores de quínoa. También destacó en este proceso la Encargada de Turismo de Machalí, Valeria Gallardo, quien organizó numerosas reuniones para nuclear a los artesanos del cobre. También fue positivo el trabajo de la Municipalidad de Chimbarongo para apoyar a los artesanos del mimbre. Cada vez que se requirió el trabajo de los referentes municipales para gestionar y resolver los problemas inherentes a la organización de los artesanos y la reunión de documentos para postulación al Sello de Origen. El trabajo resultó

diligente y preciso. En cierto modo, se detecta un patrón de responsabilidad y compromiso de los municipios con el cuidado y valoración del patrimonio y la promoción del trabajo asociativo.

De todos modos, la acción municipal se encontró con dificultades para evitar que los intereses políticos afectaran la tarea hacia las agrupaciones de productos típicos. En uno de los municipios aludidos, se verificó un fuerte conflicto político entre las autoridades comunales y un senador local, cada uno de los cuales ejercía influencia con una parte de los artesanos. El conflicto político se trasladó al interior de la agrupación de hacedores culturales, lo cual dificultó enormemente la gestión. Finalmente, se pudo crear el gremio de artesanos, con la participación de ambos sectores; pero la gestión se cargó de tensiones porque los referentes de cada entidad no podían sostener diálogos mínimos para resolver asuntos de rutina.

El perfil elitista y la pertenencia a los círculos privilegiados de la sociedad chilena por parte de los referentes de Codelco, del Ministerio de Cultura y de la Fundación Artesanías de Chile, contrasta con la extracción social de los cultores, que pertenecen a los sectores populares. En una de las agrupaciones de productores, la segunda autoridad del gremio admitió que disponía de un presupuesto mensual de US \$ 150 para vivir. En algunos casos, se pudo comprobar que el nivel de educación formal de los artesanos es muy modesto. En una reunión con la Comisión Directiva de uno de los gremios, se reveló que la segunda máxima autoridad podía leer con dificultad. Otro gremio tuvo serias dificultades para elaborar una carta escueta al alcalde, tarea que le demandó dos meses y significó tensiones en el marco de los plazos fatales establecidos

por INAPI. En algunos casos, se percibe el nulo conocimiento para manejar dispositivos tecnológicos como un celular o un computador. La falta de capital cultural para manejar un correo electrónico, por parte del presidente de un gremio, contribuyó en forma decisiva al vencimiento del plazo fatal de tramitación.

Finalmente, desde el Ministerio de Economía, el actor involucrado por excelencia en el proceso fue el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI). La experiencia de postular estos productos permitió interactuar constantemente con los abogados de esta oficina, con vistas a avanzar con los procedimientos institucionales correspondientes. El trabajo consistió, en buena medida, en servir como intermediadores entre los productores campesinos en terreno y los abogados de INAPI en sus oficinas de la ciudad de Santiago. Se detectó una enorme buena voluntad por parte de los funcionarios del INAPI, que procuraron brindar sus servicios de la mejor manera posible. De todos modos, muchas veces surgían desajustes entre la realidad social de los hacedores de productos típicos, y las rígidas normativas que regulan el funcionamiento del INAPI.

La sensación general es que el INAPI funciona con una lógica muy parecida a CODELCO. Está diseñado principalmente para satisfacer los intereses de las grandes empresas que mueven grandes recursos económicos y profesionales. Esas empresas cuentan normalmente con oficinas de abogados, contadores y otros profesionales que pueden lidiar de igual a igual con los abogados del INAPI, para contestar los escritos dentro de los plazos fatales, usos, costumbres y formas de la institucionalidad establecida. Sin embargo, cuando esta mecánica institucional se pone en relación

con los modestos hacedores culturales de productos típicos, se produce una situación de incompatibilidad natural. El procedimiento de postulación en el INAPI se realiza a través de un ritmo de presentación de escritos con plazos fatales, que difícilmente se adapta a los escasos recursos socioculturales de los cultores que viven a cientos de kilómetros de Santiago, sin acceso regular a internet ni telefonía celular.

A estos elementos se suman otras normativas, que profundizan la brecha. El sistema Sello de Origen exige la presentación de un mapa político-administrativo de la zona de producción, de modo tal de protegerla en forma clara y franca. El problema es que muchas veces ese mapa no existe. Porque el mapa político-administrativo sólo lo puede producir la autoridad competente, en este caso, el Estado. En Chile, el Estado ha establecido los límites de las regiones y las comunas. Pero no ha elaborado todavía los mapas de los sectores interiores de las comunas. Es más, muchos caminos, calles y rutas no tienen nombres en las zonas rurales. Esta situación se hizo evidente en Pañul, donde la mayoría de los artesanos tienen la misma dirección postal: "Calle sin nombre, casa sin número". En estas circunstancias, si el Estado todavía no ha sido capaz de poner nombres a las calles, mucho menos ha podido establecer los límites formales de los sectores. Por este motivo, la postulación de la Cerámica de Pañul exigió la presentación de nueve escritos con renovados mapas que fueron rechazados una y otra vez. La rigidez de la normativa vigente, sólo se vio atenuada por la amabilidad, compromiso y generosidad del personal que trabaja en INAPI, el cual, en solidaridad con los pequeños productores locales, brindó particular colaboración para facilitar los procedimientos y asistir en ayuda. Pero ese esfuerzo personal

apenas alcanza para avanzar, ante normas excesivamente rígidas y poco adaptadas a la realidad social y cultural de los cultores.

Finalmente, el proyecto se decantó por postular cuatro productos al programa Sello de Origen. Uno fracasó en los dos primeros meses (Piedra Canteada de Pelequén) por vencimiento del plazo fatal. Alcanzaron el objetivo y obtuvieron el reconocimiento del INAPI la Cerámica de Pañul, que obtuvo Denominación de Origen, y el mimbres de Chimbarongo, que logró la Marca Colectiva "Capital del Mimbres". Por su parte, la quínoa de Secano se encuentra todavía en proceso.

5. Conclusión

La investigación realizada permitió conocer con mayor profundidad el patrimonio cultural inmaterial de la Región de O'Higgins. Se detectó que entre todos forman una trama sociocultural, un paisaje articulado con historia e identidad, construido colectivamente a través de los siglos. A pesar de la hegemonía de la industria agroalimentaria y sus poderosas redes comerciales, los productos típicos se mantienen vivos debido a la persistencia de sus cultores.

El proyecto seleccionó cuatro productos relevantes para postularlos al programa Sello de Origen: mimbres de Chimbarongo, cerámica de Pañul, piedra canteada de Pelequén y quínoa de secano. Los dos primeros obtuvieron el Sello de Origen; el tercero quedó eliminado por vencimiento de plazo; y el cuarto se encuentra en trámite. Ello permitió más que duplicar los Sellos de Origen de la Región de O'Higgins, lo que puede considerarse un avance.

Sin embargo, el descubrimiento principal es la brecha que separa al patrimonio de las instituciones de élite, que exhiben pautas propias de enclave o burbuja. Las instituciones del Estado exhiben conceptos atomizados del patrimonio, con foco en productos individuales, sin percibir la trama sociocultural que ellos representan. Cada agencia se ocupa particularmente de un producto, sin mayor capacidad para comprender que su valor simbólico y cultural proviene, fundamentalmente, de su pertenencia a un tejido sociocultural.

Paralelamente, muchas agencias intervinientes adolecen de un marcado sentido elitista, que las lleva a separar una pieza bella de la cultura que la origina. Pueden valorar un objeto por sus valores estéticos, en sí mismo, pero con pocas herramientas para asociarlo a un territorio y una cultura. Para lograr resultados relevantes en la puesta en valor de los productos típicos y la visibilización del patrimonio, resulta indispensable un cambio profundo de mentalidad en los organismos públicos que cuentan con los recursos para alcanzar esos objetivos. Mientras ello no ocurra, los esfuerzos por fortalecer el patrimonio cultural a través de Sellos de Origen y otros programas parecen estar condenados a lograr resultados muy acotados.

La experiencia ha permitido ponderar también fortalezas y debilidades de las organizaciones que postulan al Sello de Origen. Al parecer, no resulta aconsejable organizar artificialmente asociaciones de micro productores individuales, sin capacidad de desarrollo comercial. Por este camino solo se logra una entidad débil, sin motor propio, muy dependiente del apoyo externo para organizarse y funcionar; una vez

que el proyecto de apoyo desaparezca, lo más probable es que la asociación decline. Parece más sostenible en el tiempo la organización de gremios integrados por miembros con personería jurídica: empresas (pequeñas y medianas) que puedan sostener en el tiempo el esfuerzo por promover el Sello de Origen, instalarlo en los mercados y generar incrementos considerables de producción y ventas. En estos casos sería recomendable que algún municipio forme parte de este gremio, para representar los intereses de los pequeños productores y aportar apoyo institucional y técnico de carácter permanente. Este fue el modelo que se espera aplicar para la Quinoa de Secano, cuyos resultados conviene observar en el futuro.

Paralelamente, como resultado del proyecto se ha podido comprender que los productos patrimoniales tienen gran calidad y valor cultural, pero su visibilidad es ínfima y sus ventas son muy acotadas. La industria agroalimentaria concentrada ejerce un control casi absoluto del mercado, con lo cual, los esfuerzos deben ponerse justamente en este tramo de la cadena de valor. Resulta indispensable impulsar una campaña de visibilización y puesta en valor de estos productos, para lo cual, un camino adecuado puede ser el aprovechamiento de los espacios públicos masivos que se generan en la región a partir de las fiestas costumbristas, aspecto cuyo análisis se deja planteado, aunque no se pueda profundizar en este texto (Aguilera 2021).

Comparando con Europa, se perciben similitudes y diferencias. La mayor semejanza se encuentra en la capacidad creativa; los habitantes de la región de O'Higgins han creado productos típicos de singular valor, equivalentes a sus pares europeos, adaptados

a sus condiciones culturales y territoriales. Sin embargo, existe una brecha en el grado de avance de los procesos de visibilización, valoración y patrimonialización. Las políticas comunitarias de la UE han brindado fuerte impulso a los productos típicos regionales, lo cual ha ayudado sustancialmente a la población rural a mejorar sus condiciones de vida. En cambio, en América Latina en general, y en la región de O'Higgins en particular, las políticas públicas de ese tipo son muy débiles y en algunos casos, torpemente diseñadas, con escasa capacidad

de adaptarse a la realidad sociocultural del territorio. Los cultores de productos típicos logran mantener sus tradiciones, pero lograr progreso significativo para salir de la pobreza, a pesar de su notable creatividad y talento. Los gerentes con capacidad de decisión carecen de visión sobre el potencial que tienen los productos típicos para promover la actividad socioeconómica territorial. Como resultado, se desaprovecha una oportunidad de generar procesos de desarrollo endógeno a partir de la identidad y el patrimonio.

Bibliografía

Aguilera, I. 2016. "Devenir típico: una aproximación genealógica al fenómeno merkén en Chile". RIVAR 3 (8): 64-81.

Aguilera, P. 2021. "Fiestas costumbristas en la Región de O'Higgins, Chile: tradiciones, gastronomía y religiosidad en el centro de la fiesta", RIVAR 8 (22): 179-197. DOI <https://doi.org/10.35588/rivar.v8i22.4738> · ISSN 0719-4994

Arancibia, M. J. 2016. "La importancia de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas para la identidad país". RIVAR 3 (8): 267-283.

Belmar, C. 2016. "Las denominaciones de origen en Chile: desarrollo y perspectivas". RIVAR 3 (8): 253-266.

Carduza, F.; Champredonde, M. y Casablanca, F. 2016. "Paneles de evaluación sensorial en la identificación y caracterización de alimentos típicos. Aprendizajes a partir de la construcción de la IG del Salame de Colonia Caroya, Argentina". RIVAR 3 (8): 24-40.

Castillo, J. y Martínez, C. 2014. "El patrimonio agrario: definición, caracterización y representatividad en el ámbito de la UNESCO". Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles n° 66: 155-124.

Castro, A., Mujica, F. y Argandoña, F. 2015. "Entre Pintatani y Codpa. Paisaje y productos típicos en los relatos campesinos, 1847-2013". RIVAR 2 (6): 70-86. <http://www.revistarivar.cl/images/html/rivar6/art4.html>.

Castro, A., León, A., Cussen, F. y Lacoste, P. 2016. "¡Viva la chicha nueva! La chicha en la vida popular y campesina chilena". Idesia 34 (1): 77-83. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34292016000100009>

Castro, A., Mujica, F. y Cussen, F. 2017. "Chamantos y mantas corraleras de Doñihue: ascenso y consolidación de un textil con DO (1917-2016)". RIVAR 4 (11): 4-30.

Castro, A., Lacoste, P. y Mujica, F. 2020. "Origen y evolución del mimbre de Chimbarongo (1762 – 2017)". Estudios Atacameños 64. DOI: <https://doi.org/10.22199/issn.0718-1043-2020-0010>.

Cendón, M. L. y Bruno, M. 2018. "Indicaciones Geográficas en Argentina: aportes metodológicos para el estudio de sus potencialidades y limitantes". RIVAR 5 (14): 106-127.

Checa Moral, M. R. 2019. El cultivo y los paisajes del viñedo desde el punto de vista patrimonial. El caso de Castilla La Mancha. (Universidad de Jaen, Tesis de Master.

Cofré, C. & Stewart, D. 2020. "Viña, alambiques y "veinticinco botijas de pisco". Alhué, 1717. RIVAR 7, n° (20): 88-107. <https://dx.doi.org/10.35588/rivar.v7i20.4481>

Gómez-Cuevas, K.; Delgado-Cruz, A. & Palmas-Castrejón, Y. 2020. "Originalidad del tequila como símbolo de identidad mexicana. Percepción del turista-consumidor a partir de su exportación". RIVAR 7 (21): 59-80. <https://dx.doi.org/10.35588/rivar.v7i21.4638>

Jeffs, J. G. 2014. "Coñac, Pisco, Jerez y Oporto: batallas comerciales a través de la prensa chilena (1870 - 1885)". RIVAR 1 (1): 78-88.

Lacoste Adunka, M. y Lacoste, P. (2017). "Sal de Cáhuil, cordero de secano y queso de Chanco: aportes para el estudio de patrimonio gastronómico y cultural de Chile". Idesia 35 (3): 17-26. http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-34292017005000027&script=sci_arttext

Lacoste Adunka, M. y Lacoste, P. (2018). "Desmontando el común: la disputa entre pescadores artesanales y hacendados. Boca de Rapel (Chile), 1769-1877". Historia Agraria 75 (2): 141-165. <https://dx.doi.org/10.26882/histagrar.075e06a>

Lacoste, P., Castro, A., Soto, N., Polanco, C., Rendón, B., Jiménez, D., Muñoz, J.G., Cruz, E., Mujica, F., L. Adunka, M. y Martínez, F. (2016). "Cobre labrado, alambique y aguardiente (Chile y Argentina, 1586-1850)". Quinto Sol 20(1): 1-29. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-28792016000100001&lng=es&nrm=iso&tlng=es

Lacoste, P.; Lacoste Adunka, M.; García, A.; Cáceres, C. y Salas, A. 2018. "Chamantos, Ponchos y Balandres en Colchagua y Rancagua (siglos XVII-XIX)". *Estudios Atacameños* 57: 97-118 <https://scielo.conicyt.cl/pdf/eatacam/n57/0718-1043-eatacam-00701.pdf>

Lacoste, P. 2018. Molinos harineros en Chile (1700-1845). *Implicancias sociales y culturales. América Latina Historia Económica* 25 (3): 105-134.

Lacoste, P.; Castro, A., Briones, F., Cussen, F., Soto, N., Rendón, B., Fernando Mujica, F., Aguilera, P., Lacoste Adunka, M., Núñez, E. y Cofré, C. 2015. "Vinos típicos de Chile: ascenso y declinación del Chacolí (1810-2015)". *Idesia* 33(3): 97-108. http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-34292015000300014&lng=es&nrm=iso&tling=es

Lozano Uvario, K.; Méndez Guardado, P. y González Torrerros, L. 2018. "La economía naranja en el espacio rural: análisis desde el desarrollo local en la Región de las Vías Verdes de los Valles, Jalisco". *RIVAR* 5 (14): 80-105.

Molina, M. 2015a. "Las designaciones de origen geográfico extranjeras que pasaron al uso común para designar un tipo de producto en el derecho argentino". *RIVAR* 2 (5): 64-83.

Molina, M. 2015b. "La protección de la denominación de origen, indicación geográfica e indicación de procedencia. Estudio comparativo de las legislaciones de los Estados latinoamericanos y español." *RIVAR* 2 (6): 46-69.

Mujica, F. 2017. "Vinos, cocinerías y paisajes patrimoniales". En: *VVAA*: 193-240.

Mujica, F. y Castro, A. 2021. "La fiesta del Chacolí de Doñihue: análisis histórico y cultural de una celebración (1975-2020)". *RIVAR* 8 (23): 122-140. DOI 10.35588/rivar.v8i23.4795

Núñez, E. 2016. "El paradigma europeo en la industria de vinos y licores de Chile: oporto, jerez y cognac hecho en la empresa Mitjans". *RIVAR* 3 (9): 123-138.

Núñez, E. y Lacoste, P. 2017. "Historia de la chupalla: sombrero de paja típico del campesino chileno" *Idesia* 35 (1): 97-106. <http://www.scielo.cl/pdf/idesia/v35n1/aop1717.pdf>

Rojas, G. 2021. "Las viñas chilenas como Patrimonio de la Humanidad". *RIVAR* 8 (22): 218-225. DOI <https://doi.org/10.35588/rivar.v8i22.4783>

_____. 2015. "Patrimonio e Identidad Vitivinícola: Reflexiones sobre la evolución de los significados culturales del vino en Chile". *RIVAR* 2 (4): 88-105. <http://www.revistarivar.cl/images/html/rivar4/art6.html>

Sequeira, C. 2015. "A Denominação de Origem Alto Douro, Portugal: a ação do ministro Antão de Carvalho". *RIVAR* 2 (5): 83-98.

Sequeira, C., & Montes Leal, P. 2020. "The Brand as Value Production. From the Trademark to Designation of Origin of Wines from the Douro Demarcated Region". *RIVAR* 7 (21): 136-157. <https://dx.doi.org/10.35588/rivar.v7i21.4642>

Sousa, A. L. 2015. "Denominaciones de origen en Brasil: situación actual. Su desarrollo: jurisprudencia y avances de los productores". *RIVAR* 2 (5): 1-21.

Togores, J. R; Parga, E. y Diz, C. 2020. "Patrimonios y culturas del vino en riesgo de desaparición: El caso de As Adegas do Viño do País (Betanzos, Galicia) ". *RIVAR* 7 (21): 33-58. <https://dx.doi.org/10.35588/rivar.v7i21.4637>

VVAA. 2017. *Patrimonio y desarrollo territorial. Productos típicos alimentarios y artesanales de la Región de O'Higgins. Identidad, historia y potencial de desarrollo*. Santiago, Universidad de Santiago de Chile.