

Por una marca para la Celtiberia

Defendiendo el saber-hacer de nuestro territorio.

enero 2023



Cuando pensamos en una marca inmediatamente nos viene a la cabeza alguna característica del producto, sea una calidad, una ventaja o un recuerdo de un momento concreto. Lo cierto es que este último elemento está estrechamente vinculado con nuestras vivencias, con lo que conocemos y hemos vivido.

Nuestras memorias se componen de un sinfín de eventos que nos marcan: desde simples actividades rutinarias como las comidas familiares o tareas del hogar, hasta acontecimientos notables y experiencias inolvidables.

Para muchos el pueblo forma parte de la vida rutinaria mientras que para otros forma parte de lo distinto, lo foráneo y lo extraordinario.

Lo que no podemos negar es que todos y cada uno de nosotros tenemos unos recuerdos únicos, particulares e inolvidables de nuestra experiencia en el pueblo. Sea porque fuéramos de niños, porque fuéramos de fin de semana o porque fuéramos a visitar a la tía o a la abuela.

Eventos rutinarios que en la ciudad no tienen mayor interés, o a los que nunca nos habríamos parado a prestar atención, en el pueblo se convierten en una experiencia única. Las cosas se hacen de forma distinta.

Nuestra memoria es sabia: compara las situaciones y guarda una nota mental del momento. Casi siempre suele ser un momento feliz y llamativo. Luego, cuando uno menos se lo espera, resuena por su cabeza este momento que provoca añoranza. Difícil es no soltar una sonrisa o una lágrima, más cuando se dejan atrás seres y lugares queridos.

Esto me lleva a pensar en la importancia que tiene una marca como elemento identificativo y distintivo de un lugar, una emoción, una cualidad o un compromiso.

Si pienso en el pueblo, en sus comerciantes y en sus gentes diría que destacan por su lado humano. El espacio englobado por la Serranía Celtibérica se compone de más de 1.300 pueblos con características similares: baja densidad de población, zonas montañosa y núcleos de población dispersos y remotos.

Ante el olvido que sufre el entorno rural por parte de nuestras administraciones y la UE –por un problema de análisis territorial al considerar la provincia como unidad de medida– estos territorios sobreviven gracias a la valentía de sus moradores.

Abrir la tienda o el bar día tras día, coger la furgoneta y recorrerse pueblo tras pueblo para vender la mercancía o recorrerse kilómetros para poder acceder a los servicios más básicos son solo unos de los retos presentes.

Por ello creemos que es cada vez más necesario reconocer estas cualidades. A falta de ningún otro incentivo, la valentía, la lucha y el esfuerzo de sus habitantes mantienen vivo el entorno rural.

Son los miles de productores locales, comerciantes, agricultoras y ganaderos los que mantienen vivo este entorno rural. Son aquellos que decidieron “parar por su pueblo” y hacer sonar las campanas de la iglesia como reclamo ante este olvido. Porque realmente son los que “se mueven por el pueblo”, día tras día.

Debemos reconocer el esfuerzo de estas personas que, más allá de su actividad comercial forman parte de un tejido local de apoyo y supervivencia. Conocen a cada uno de sus clientes (en definitiva, vecinos y amigos) y se crea una red de apoyo mutuo que permite al pueblo subsistir.

¿Qué sería el pueblo sin el pitido de la furgoneta del panadero o frutero, sin el teleclub para jugar a las cartas o sin aquella farmacia o tienda de ultramarinos?

Desde la Sierra de la Demanda en Burgos, hasta la Serranía de Castellón pasando por los Montes Universales en Teruel, son ellos los que mantienen vivo el entorno.

Por ello hay que valorar a estas personas que desde su fábrica, negocio o comercio generan una actividad esencial para el pueblo. Una actividad que más allá de tener asociada un producto de calidad y proximidad es la responsable de mantener las relaciones de la comunidad y crear ese lazo de pertenencia que la permite continuar.

Pero son más las ventajas que genera el consumo local. Es un consumo más respetuoso con el medio ambiente que fomenta la economía circular y sostenible. Como no puede ser de otra forma, apoya y estimula la economía local. Peor por encima de todo, permite la atención personalizada y de confianza que cumple un rol esencial en mantener vivas las comunidades rurales.

En definitiva, se trata de reconocer un “saber-hacer” de una importancia trascendental para la supervivencia de las comunidades locales. Para que a través de una marca se reconozca el compromiso por mantener viva la comunidad y ésta sea la cualidad inherente en todos los productos.

¡Fijemos una marca para este saber hacer que refleje la calidad, fortaleza y ganas de continuar del entorno rural!

Creemos una denominación de origen que valore y promocióne el esfuerzo de miles y miles de hombres y mujeres que mantienen un compromiso con su pueblo y comarca. Para que aquellos comerciantes, agricultores, ganaderos, productoras y emprendedoras formen parte de una gran red que sienta reconocido su trabajo y compromiso local representado.

Al final, consumir local son todo ventajas: el productor responde por su producto, se mantiene el trato personal, se respeta el medio-ambiente, se revierte el dinero en la comunidad y ante todo, mantiene vivo al pueblo. ¿A qué esperamos para reconocer esta labor?

Celtiberia Origen es mucho más que consumir local. Es apoyar a cada uno de sus vecinos que mantienen vivo su territorio.

Consume local, valora tu producto y agradece a estos valientes por su trabajo.

Carlo Stella

ADSC