
Manuela Ribeiro ()*
*Conceição Martins (**)*

*La certificación como estrategia
de valorización de productos
agroalimentarios tradicionales:
la alheira, un embutido tradicional
de Trás-os-Montes*

1. NOTA PREVIA

Trás-os-Montes es una región eminentemente montañosa, situada en el extremo norte interior de Portugal, entre la frontera con España y los contrafuertes de las serranías que trazan los límites físicos de la provincia del Minho.

El aislamiento, el carácter periférico y los inconvenientes generalizados y variables que, en conjunto, le *han impuesto* la historia, la geografía, la (organización y la racionalidad de la) economía y, muy especialmente, la política, han definido los perfiles y los contenidos correspondientes a la categoría de región atrasada que siempre ha tenido, pero que en la actualidad le depara, incluso un reconocimiento formal e institucional. Se trata, por así decir, ¡del atraso derivado *de la función preté-*

(*) *Dep^o de Economia e Sociologia. Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real, Portugal.*

(**) *Dep^o de Indústrias Alimentares. Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real, Portugal.*

rita! De forma un tanto paradójica, el atraso de Trás-os-Montes, muy amplificado y reforzado por la lógica productivista del modelo de desarrollo agrario dominante tras la segunda Guerra Mundial, se presenta en la actualidad como germen de cierto potencial de desarrollo.

Las amplias rupturas derivadas de los éxitos de la llamada agricultura «modernizada» y los cambios fundamentales surgidos en el perfil de la demanda de bienes alimentarios han puesto en primer plano los productos diferenciados, debidos a las características edafoclimáticas, las vicisitudes de la historia particular de una comunidad, de un territorio, de un grupo o todo ello a la vez, sacándolos de la penumbra a la que estaban relegados por la racionalidad hegemónica y homogeneizadora del mercado, en nombre de la modernidad y de la fetidización de la competitividad. Se trata de productos únicos por las materias primas y por los conocimientos aplicados, así como por los usos y prácticas de producción, de consumo y de distribución, y en la actualidad, reciben, entre otras, las denominaciones de «local», «tradicional», «artesano» o «regional».

De hecho, tomados en sentido lato como productos *identificables por su origen geográfico, por su proceso de producción y por sus cualidades intrínsecas* (C. Barberis, 1992: p. 1), aparecen, en el contexto actual de reestructuración de las economías y las sociedades rurales, como una de las alternativas de desarrollo potencialmente más fecundas.

Estos productos, que fueron símbolos del atraso y que se mantienen en gran medida gracias a ese atraso, merecen ahora, en nombre del potencial económico, aunque no sólo por eso, que se les vaya (re)descubriendo y se les reconozcan espacios cada vez más amplios y destacados, en las propuestas, alternativas y opciones de desarrollo que se han ido diseñando y perfilando, para tratar de invertir el ciclo de declive en el que se encuentran sumidos muchos medios rurales y hacer frente a la situación de crisis con la que, en diversos grados y formas, se enfrenta la generalidad de los medios rurales europeos, en especial los de las regiones más pobres y periféricas.

Aunque gravemente afectada por los efectos de la sistemática erosión demográfica que experimenta Trás-os-Montes desde hace tres o cuatro décadas y por la progresiva y cada vez más insistente penetra-

ción de la oferta industrial en los medios rurales, la producción de bienes de carácter tradicional, en especial agroalimentarios, sigue teniendo aquí una de las expresiones más relevantes dentro del conjunto del país.

En virtud de distintos factores, las chacinas constituyen dentro de este grupo un recurso económico significativo, aunque reducido en gran parte a la categoría de «valor de uso», así como un elemento importante de la propia identidad cultural de los trasmontanos, como destaca debidamente Miguel Torga, el poeta cantor de Trás-os-Montes, al exaltar como «Trinidad tradicional del reino los salchichones, las *alheiras* y el jamón».

De este tríptico central de la chacinería tradicional trasmontana, la *alheira* constituye quizá el elemento más característico, por la originalidad de su composición, por su carga histórica y cultural o por el espacio que ha conseguido hacerse entre los consumidores, hasta convertirse en un producto difundido por casi todo el mercado nacional. Por eso, la elegimos como objeto principal de las reflexiones que desarrollamos en este artículo, en el que, además de encuadrarla en el contexto de la importante producción tradicional de chacinas en Trás-os-Montes, tratamos de caracterizar las diversas vertientes que confluyen en los procesos de su confección, distribución y consumo, terminando con algunas consideraciones acerca del proceso en curso relativo a la protección jurídica de su especificidad.

2. CHACINERÍA TRASMONTANA: RAÍCES Y RAZONES DE SER DE UNA PRODUCCIÓN TRADICIONAL

En Trás-os-Montes, la producción de ganado porcino y la transformación de su carne se encuadran directamente en el marco de la amplia autarquía que ha marcado históricamente la vida de las comunidades y de las unidades familiares.

El aislamiento de la región hasta hace muy poco, por razón de la naturaleza y del desinterés de los centros de poder, y la consiguiente marginación de las redes de comercialización y de los mercados han condi-

cionado poderosamente la formación y el mantenimiento de formas de vida muy autárquicas, ancladas en regímenes de producción esencialmente volcados y orientados al autoconsumo.

Para las unidades familiares campesinas y para las comunidades rurales trasmontanas, asegurarse por sus propios medios y recursos la satisfacción de las necesidades de sus elementos integrantes ha sido, hasta hace muy pocas décadas, un imperativo de supervivencia. Por esa razón, su actividad productiva se ha regido en gran medida por la preocupación por diversificar, *procurando producir un poco de todo lo que necesitan* (C. B. Pires, 1970: p. 166).

Así, hasta finales de la década de 1950, el nivel de autoabastecimiento de las familias era muy elevado, en especial en la alimentación, como confirman por lo demás los testimonios personales recabados de la población de mayor edad (M. Ribeiro, 1992: p. 398) y los registros contenidos en diversos documentos sobre la región.

En el contexto de esta autarquía familiar, destaca de modo especial el cerdo (la carne de cerdo) por la gran cantidad de necesidades (alimentarias y no alimentarias) que cubría y cubre. Desde tiempo inmemorial, las familias rurales de Trás-os-Montes han dependido de la producción de porcino como fuente primordial y más importante de autoabastecimiento y reserva de carne y de grasa; una dependencia casi siempre muy estricta, como pone de manifiesto el comentario transcrito a continuación, que recogimos en una aldea de la región:

— *La ruina de un hogar llega(ba) con la muerte de los cerdos, porque los cerdos son el sostén de una casa.* (Hombre de 68 años).

Al constituir un elemento fundamental de la dieta tradicional en Trás-os-Montes, la carne de porcino y sus derivados son una referencia básica de la variada y rica gastronomía regional y siguen profundamente arraigados en el gusto y en los hábitos alimentarios. De ahí que, como escribiera V. Taborda (1932: p. 150) al principio del decenio de 1930, la cría del cerdo estuviese *extendida por toda la región*, [en la que] *constituía un elemento importante de la vida rural*.

Por su enorme importancia en la subsistencia y en la economía de las familias trasmontanas, el cerdo se valora en la región como *el animal doméstico más útil y valioso* (Veloso Martins, 1978: p. 518).

A este respecto, merece la pena citar a A. Mendonça (1) que, escribiendo en 1813 sobre la economía de una zona específica de Trás-os-Montes (Barroso), decía, textual y enfáticamente, que *no hay animal doméstico que enriquezca más a su dueño que el cerdo*.

En Trás-os-Montes, los derivados de la carne de cerdo se distribuyen en una amplia gama de productos, que pueden agruparse en tres grandes «familias»: frescos, curados y ahumados (o, como se dice en la terminología local, *o fumeiro*), abarcando los dos últimos lo que se conoce en conjunto como «chacinas».

Cuidadosamente guardada en los saladeros –*arcas de madera en las que se conserva [...] sumergida en sal* (IQA, 1992: p. 44)– o sometida a procesos de conservación mediante humo, la carne de cerdo o, mejor dicho, sus derivados constituyen para las familias trasmontanas una de sus principales reservas alimentarias durante el año, tanto para el consumo corriente, cotidiano, como para los consumos especiales: festividades y celebraciones cíclicas, ciertos días laborables, acontecimientos familiares y personales significativos (entierros, bodas, bautizos, etc.), acogida y recepción de visitas inesperadas, etc.

Aparte del consumo directo, estos productos cumplen otros muchos fines que conviene señalar. Entre otros, el trueque mercantil, habitual desde siempre entre las familias menos pudientes, en las que no es (era) raro destinar a la venta las mejores piezas –jamones y salchichones.

Entre las familias más acomodadas, la venta ha tenido casi siempre un carácter esporádico, limitada a circunstancias de especial dificultad financiera (enfermedades, mala cosecha, gastos inesperados, etc.) o relacionadas con una demanda capaz de proporcionar beneficios «renunciables» –fiestas, bodas, demanda de emigrantes, ferias y certámenes especializados. En estas familias, la venta depende mucho también de los excedentes. De hecho, lo poco que venden tiende a reducirse a lo que no se necesita. En todo caso, la comercialización de estos productos suele hacerse de forma directa o, como máximo, en las ferias locales.

(1) *Memória que contém huma breve descripçano do concelho de Montalegre*, recogido por J. F. Alves (1985).

Además de los fines ya mencionados, hay que destacar también los simbólicos y sociales, para los que han servido tradicionalmente estos productos, en especial los que se dan en pago de favores divinos o terrenales, así como los que, en forma de dádiva, como regalo, sirven para actualizar y confirmar lazos de solidaridad y de afecto entre familiares y vecinos.

- *Del cerdo que matamos, la mayoría de las veces sólo comemos en casa las partes más frescas. Lo mejor es para los hijos, que están todos en Francia, y para darlo a quienes se deben favores.* (Mujer de 65 años).

El carácter típico y la calidad de los productos de Trás-os-Montes, basados en conocimientos y métodos «ancestrales», en una *sabiduría que viene de muy lejos* (Lino da Silva, 1982: p. 131), a través de una cadena de transmisión generacional que pasa de madres a hijas, en una *ciencia infusa del condimento que se remonta a la primera nave que llegó de la India* (M. Torga, 1950: p. 13), están abundantemente atestiguados, entre otros medios, por la literatura etnográfica, histórica e incluso de ficción. «Manjares embutidos», «sabrosos manjares», «carnes afamadas», «excelentes jamones que no tienen rival», son referencias textuales recogidas en Miguel Torga (1950: 13), Veloso Martins (1979: p. 519), Martins Pereira (1908: p. 463) y Virgílio Taborada (1932: p. 150).

La chacinería tradicional trasmontana es extremadamente variada, debido a la aplicación de procesos de tratamiento, transformación y conservación diferenciados de acuerdo con la variedad ecológica y cultural de los distintos microespacios de la región.

En esta variedad de productos, así como de formas de producción y de consumo, se expresa y revela toda la diversidad de los espacios integrantes de la región, las especificidades físicas y edafoclimáticas de cada uno de ellos, las particularidades de su historia, de su organización social y de sus modos de vida; se condensa, en fin, toda la diversidad y complejidad de la región, como *espacio vivido* (A. Frémont, 1980: p. 17).

A causa de la trama de peculiaridades con la que se tejen los lazos que vinculan cada uno de estos productos a un lugar, a un espacio, cada uno de ellos es también, intrínsecamente, un producto único y genuino.

Al ser reflejo y proyección de las características distintivas de un lugar, de un espacio, de una región, y debido a su carácter singular, estos productos de chacinería tradicional presentan, a su vez, la categoría de *bienes culturales*, generadores y polarizadores de sentimientos de pertenencia y de identidad colectiva a los que la experiencia de la emigración, más que cualquier otra, da amplia expresión.

3. LA ALHEIRA: LOS DISTINTOS ASPECTOS DE UN EMBUTIDO MUY ESPECIAL

3.1. El chorizo de la resistencia: los orígenes de la alheira

La mayoría de las referencias escritas sobre este embutido, que siguen en gran parte la versión popularmente transmitida y reproducida, sitúa su origen en el siglo XVI, relacionándolo directamente con el movimiento de intolerancia y persecución religiosa de los reinos ibéricos contra los judíos.

Hay que recordar que, por edicto de los Reyes Católicos, de 31 de marzo de 1492, se dio cuatro meses para salir de España a los judíos *de ambos sexos, de toda edad y condición* (M. Pereira, 1908: 205) que se negasen a recibir el bautismo, bajo pena de muerte y confiscación de sus bienes. Tal disposición provocó, naturalmente, un éxodo de enormes proporciones.

En aquella época, a pesar del conflicto latente que desde hacía mucho tiempo caracterizaba las relaciones entre cristianos y judíos, éstos seguían viviendo con relativa tranquilidad en Portugal, por lo que éste fue uno de los principales destinos de aquella enorme multitud en desbandada, estimándose en más de 60.000 el número de los que cruzaron la frontera.

Con la amenaza de no permitir la celebración del matrimonio de su hija Isabel con Manuel I, rey de Portugal, los Reyes Católicos presionaron para que se adoptase el mismo tipo de medidas persecutorias contra los judíos residentes en Portugal, las cuales se concretaban en diciembre de 1496 con la promulgación de un decreto en el que ordenaba *que salieren del país, antes del final de octubre del año siguiente, todos los he-*

breos que no quisieren convertirse al cristianismo, bajo pena de muerte y confiscación de sus bienes. Esta actitud del rey portugués, un tanto inesperada, pudo obedecer, según diversos autores, a razones de otro orden, habiendo quienes la identifican con su intención de *apoderarse de la gran cantidad de bienes de los laboriosos portugueses hijos de Israel, en un intento de equilibrar las debilitadas finanzas del país* (G. França, 1988: p. 4).

Atrapados en las redes de estas disposiciones, los judíos españoles y portugueses que no conseguían medios, modos o ambas cosas para partir rumbo a otras tierras, a otros países –Italia, Flandes o, incluso, Francia–, sólo tenían, como estrategia de supervivencia, la conversión que, en la mayor parte de los casos, únicamente era aparente.

Convertidos en cristianos nuevos a la fuerza, casi todos permanecieron fieles a su credo religioso a escondidas, *en la intimidad de su corazón o en el secreto de su hogar* (L. de Vasconcellos, 1982: p. 159), *en el secreto más profundo de su alma* (M. Mendes, 1964: p. 103). Esa situación no tardó en levantar sospechas y desconfianzas, manifestadas, entre otras cosas, *en apodos escarnecedores de «tornadizos» y «marranos»* (L. de Vasconcellos, 1982: p. 159) y que fueron convirtiéndose en el móvil de una feroz vigilancia y represión, de la que acabaron encargándose los funcionarios del tribunal del Santo Oficio, creado hacia 1536. Al ver que la vigilancia de la Inquisición se hacía cada vez más intensa en las ciudades y en las villas, muchos judíos buscaron refugio y seguridad en las tierras altas, aisladas y de difícil acceso de Trás-os-Montes, en las que, además, había fijado su residencia gran parte de los llegados de España, dada su mayor proximidad a la frontera.

Sin embargo, el largo brazo de la Inquisición fue extendiéndose hasta los recónditos lugares de estas serranías, obligando a los que trataban de huir de ella a apurar y refinar su ingenio y el arte de disfrazar su condición de *marranos*.

En este contexto, en las casas de muchas de estas familias comenzaron a exhibirse, suspendidos sobre los hogares en los que ardían las hogueras con las que se combaten por estas tierras los rigores del invierno, unos ahumaderos *de dorados y rollizos embutidos* (G. França, 1988: p. 6), que simulaban *los cristianísimos «chorizos» de carne de*

cerdo (E. Castro Caldas, 1991: p. 151) pero que, en realidad, no eran sino tripas rellenas con una mezcla de carnes de gallina, pavo, conejo, perdiz, liebre y todo tipo de caza, amasadas *con pan de trigo y el caldo escurrido del cocido, llevando como aderezo principal el tan apreciado ajo* (M. Mendes, 1964: p. 105), que le da nombre: *alheira*.

De este modo, garantizaban el cumplimiento del precepto de abstinencia de la carne de cerdo proscrita por sus normas religiosas y, más importante aún, lograban burlar la persistente vigilancia del Santo Oficio.

Extinguida la Inquisición, las *alheiras* fueron extendiéndose de los judíos a toda la población y surgieron diversas variedades de la receta original que, progresivamente, llevaron a la incorporación de la carne de cerdo, hasta que ésta, con el paso del tiempo, se convirtió en su elemento primordial.

3.2. Su elaboración (arte): materias primas, aderezos, saber hacer y tecnologías de producción

Dado que, *para cumplir el precepto, se aplicó el ingenio* a la elaboración de las *alheiras* (M. Mendes, 1964: p. 100) y que el ingenio se compone de una combinación difícilmente descomponible y mucho menos mensurable de experiencia, talento, creatividad y técnica, en esta sección nos ocuparemos de los elementos y procedimientos eminentemente objetivos que le son inherentes, a saber: las materias primas, los aderezos y condimentos y una breve descripción del proceso de fabricación.

3.3. Materias primas

La *alheira* se caracteriza, ante todo, por la enorme variabilidad de su composición, tan en cuanto al número como a la calidad de las carnes utilizadas. Aunque los elementos más constantes son la carne de cerdo (carne deshuesada y desgrasada, carne con tocino, cabeza, huesos, jamón, etc.) y la de pollo, la *alheira* puede llevar también carnes de otros tipos, en especial de vaca (paletilla, morrillo, manos, cabeza, etc.),

de animales de corral (pavo, pato) y , aunque más raramente, de caza (perdiz, conejo, liebre).

Además de las carnes, otras materias primas son el pan de trigo y las grasas: aceite, manteca de cerdo o ambos.

3.4. Condimentos

Los condimentos más frecuentes son el ajo, el pimentón (dulce o picante), la pimienta blanca y la sal.

Además de estos condimentos básicos, hay recetas, de carácter más personal o local, que incluyen, entre otros, perejil, hierbabuena, laurel o cebolla, que dan una gran variedad de características sensoriales: olor, sabor e incluso color.

De la mencionada diversidad de materias primas y de condimentos se deriva, inevitablemente, la gran variabilidad del producto final, a la que también contribuyen las modalidades de elaboración y las técnicas refinadas por las sucesivas generaciones de productores o, mejor dicho, de productoras.

Hay que resaltar además que la diversidad de materias primas y de condimentos, que da lugar a productos organolépticamente diferenciados, no implica en lo esencial diferencias sustanciales de valor nutritivo. De hecho diferentes recetas pueden dar lugar a productos con unas proporciones de proteínas y grasas muy semejantes (L. Patarata y cols., 1993).

3.5. Proceso de fabricación

Se cuecen las carnes en un caldo aromatizado con perejil, laurel y pimentón y condimentado con sal y ajo, hasta que el caldo tome cuerpo y las carnes se desprendan con facilidad de los huesos.

El caldo resultante constituye la esencia de la elaboración de la *alheira*, siendo, por consiguiente, una operación tecnológica determinante de la calidad final del producto.

El pan, de trigo, con poca levadura, bien cocido y ligeramente endurecido, se corta en rebanadas de 1 a 2 centímetros de espesor y se coloca en un recipiente, añadiéndose después el caldo caliente del cocido, previamente colado. Se deja ablandar la masa formada hasta que haya absorbido todo el caldo, removiéndola de vez en cuando para conseguir su homogeneización.

Se condimenta con ajo y perejil (opcional), finamente picados, pimentón y pimienta, variando las proporciones de estos elementos según la receta. Se añaden, por último, las carnes cocidas, previamente desmenuzadas, y la grasa calentada, variando igualmente las proporciones de acuerdo con la receta de que se trate.

Una vez homogeneizada la mezcla, se procede a la operación de embutido, en tripa seca de cerdo o de vaca, previamente lavada y aromatizada con limón, laurel y, a veces, con aguardiente.

El embutido, hecho tradicionalmente a mano, utilizando un embudo al efecto, llamado «*trolha*», requiere una pericia especial para evitar la formación de bolsas de aire, que pueden disminuir la calidad de la *alheira*. Este procedimiento se ha ido sustituyendo gradualmente por el empleo de embutidoras manuales o hidráulicas que reducen la dificultad de la operación y aumentan su productividad sin afectar la calidad del producto final.

Las *alheiras* se atan manualmente por los dos extremos de la tripa, tomando el embutido una forma de «herradura», con un diámetro comprendido entre 3 y 4 cm y una longitud variable entre 25 y 30 cm de media.

Tras sumergirlas en agua caliente para eliminar los residuos de masa que pudieran quedar pegados a la tripa, las *alheiras* se disponen, separadas, en varas de madera, que se colocan sobre el hogar o chimenea, sometiéndolas a un ahumado poco intenso, hasta que adquieren su tono dorado característico. El tiempo medio de ahumado depende mucho de la temperatura y de la intensidad del humo, así como de la calidad de la leña utilizada, siendo más recomendables las que hacen poco humo, como la de olivo o la de roble.

Aunque la preparación de las materias primas puede hacerse en la víspera, la elaboración de las *alheiras* debe programarse de manera que

todo el proceso (desde la cocción de las carnes hasta el embutido de la pasta) se realice en el mismo día, a causa del carácter perecedero de algunos de sus ingredientes.

De lo expuesto hasta aquí, lo que resalta de forma más inmediata es, como ya se ha señalado, la variabilidad de la composición y, por tanto, del propio producto final, variabilidad que se refleja directamente en el carácter más o menos flexible de las disposiciones vigentes sobre su definición y caracterización (Norma Portuguesa Definitiva 598 de 1969).

Precisamente apoyándose en esta flexibilidad, un elevado número de productores acabó lanzando al mercado unas *alheiras* que podemos considerar como versiones más simplificadas de este embutido, dentro de una lógica de menores costes de producción y, por tanto, de precios de mercado relativamente bajos, accesibles a la generalidad de los consumidores, incluso los económicamente más débiles, o sea, un vasto sector de personas para el que el criterio primordial y definitivo de selección de un producto es su precio comparativo.

Este tipo de *alheira*, que podríamos designar como *alheira pobre*, constituye hoy día, a escala nacional y, en especial, en los grandes centros urbanos, un producto de *alimentación popular* (C. Martins, 1984: p. 13), frente a la *alheira* de composición más elaborada, más compleja, más *rica* y, por tanto, más cara y de adquisición más selectiva, que aparece mencionada con frecuencia como producto de *alimentación regional* (C. Martins, 1984: p. 12).

3.6. Consumo: la importancia de la *alheira* en la gastronomía trasmontana

De los embutidos y otros alimentos que se elaboran en la región a partir de la carne de cerdo, las *alheiras* son los de consumo más propio de temporada. Al coincidir su elaboración con los meses más fríos del año, su consumo se caracterizaba tradicionalmente por una estacionalidad acentuada, de diciembre a febrero o marzo, período que, corresponde en la región, también, a la fabricación del aceite nuevo y a la recogida de las generaciones de grelos en los nabares. De ahí que los grelos y

el aceite nuevo se hayan considerado, desde siempre, compañeros inseparables y los más legítimos de las rubias y tostadas *alheiras* fritas o asadas, por lo que se presentan y promueven como cartel de elección de la gastronomía y de la oferta turística regionales.

Como elemento tradicional de la alimentación invernal de los trasmontanos, la *alheira*, su elaboración y su consumo concitan, a su vez, todo un vasto conjunto de representaciones que dan contenido a una serie de imágenes locales. Estas imágenes están teñidas por la fiesta y la confraternización, por la costumbre de hacerlas en el día, de convidar a familiares y amigos para disfrutar de la abundancia y variedad de las carnes que exige su preparación; por la comodidad del calor del hogar alrededor del cual tenían y tienen lugar las comidas en familia durante las largas y frías jornadas invernales de montaña; por los sonidos fuertes –del viento, de la lluvia, de los torrentes– y los silencios largos y pesados –de la nieve, de la tierra, de las lunas de enero– de la estación; por los grupos de cantores que, en la noche de Reyes, dejan a la puerta de cada vecino un manantial de cuartetos que la inspiración popular fue (re)creando y la memoria colectiva reproduciendo:

<i>Senhores que estão lá dentro,</i>	<i>Nós somos de gente nobre</i>
<i>Sentadinhos à lareira</i>	<i>Não cantamos por dinheiro,</i>
<i>Subam-se lá ao fumeiro,</i>	<i>Cantamos por passas e figos</i>
<i>Deitem-nos cá uma alheira. (2)</i>	<i>E alheiras do fumeiro. (3)</i>

Aun cuando los rápidos y espectaculares cambios que, en los campos más diversos, se han producido en la región y en el medio rural en las dos últimas décadas ya han hecho perder de vista o desaparecer muchos de estos componentes, ellos, más que las mismas *alheiras*, pueblan y alimentan buena parte de la nostalgia, de la *saudade*, de los recuerdos y de la fabulación de los lugares de origen y de los tiempos de la infancia, de los muchos que se han visto empujados a buscar, por la escasez de alternativas locales, fuera y lejos modos y medios de vida suficientes.

(2) Recogida por la Casa da Cultura de Mirandela.

(3) La traducción de la primera cuarteta es la siguiente: Señores que están ahí adentro, sentaditos en el hogar, suban a la chimenea, échenos aquí una alheira. La segunda cuarteta dice: Somos de gente noble, no cantamos por dinero, cantamos por pasas e higos y alheiras de la chimenea. (N. del T.).

3.7. Importancia económica de la *alheira*: en el mercado y en el autoconsumo familiar

Muchos de estos emigrantes se cuentan entre los consumidores foráneos, urbanos y del litoral, que, gracias a los nuevos medios de comunicación y de transporte, se han convertido en receptores de la producción de un número cada vez mayor de obradores artesanales y semiindustriales de *alheiras* que se han creado en Trás-os-Montes y que, gracias a los nuevos medios de conservación, también han conseguido dilatar considerablemente el tiempo de elaboración y de consumo del producto.

Estos obradores, cuyo número se estima en unos 44, se distribuyen entre los dos distritos de la región, Braganza (cerca de 25) y Villa Real (alrededor de 19), y se concentran en el perímetro urbano de Mirandela. Esta concentración tiene una explicación razonable, ya que aquí hubo una estación de ferrocarril que era, hasta hace muy poco tiempo, la alternativa más eficiente para dar salida a las mercancías de la región. Por esa estación, que servía a las poblaciones de una amplia zona, se expidieron durante bastantes años las *alheiras* destinadas a satisfacer una creciente demanda, sobre todo en los grandes centros urbanos.

Los obradores mencionados son unidades que en la mayoría de los casos, se inauguraron a título experimental, con un carácter de producción casera a escala ligeramente mayor; es decir, en sus inicios, apenas eran más que prolongaciones de la producción familiar, como se advierte en la razón social dada a muchas de ellas, que son nombres de mujeres –*Judite, Gracinda, Aida, Detinha, Celeste, Donzília*, etc.–, las mismas mujeres que, en la unidad familiar, reciben, actualizan y transmiten los conocimientos, la experiencia, la habilidad y el arte de su elaboración.

La evolución, el destino de estos obradores, designados vulgarmente como *fabriquetas*, no sólo se ha configurado por el comportamiento de la demanda, sino también, y en gran parte, por los requisitos de las sucesivas disposiciones reguladoras del sector.

Conviene subrayar también aquí el impulso y el dinamismo que se observan en la actualidad en la producción de los embutidos ahumados tradicionales en Trás-os-Montes, tras el considerable estímulo financiero

y técnico puesto a disposición de las iniciativas en este campo, desde la producción propiamente dicha a la promoción, la divulgación y la distribución, a través de una serie de programas de desarrollo –PAOT (4), LEADER (5), etc.–, que van concretando las intenciones y prioridades expresadas por lo responsables comunitarios y nacionales con respecto al *futuro del mundo rural* (6).

Con un volumen de producción media de unas 1.200 toneladas/año, estas microempresas y pequeñas empresas ocupan una posición abrumadoramente dominante en el mercado, compatible con la producción más casera o familiar, de dimensiones muy difíciles de estimar, con un espacio y un peso comerciales prácticamente residuales, en gran parte circunscritos a círculos muy reducidos. De ahí que el valor económico de esta producción casera, a la que, por regla general, se le reconoce un elevado nivel de autenticidad y calidad, se reduzca básicamente a la función que desempeña en el autoconsumo familiar.

4. LA DEMANDA DE PROTECCIÓN Y SALVAGUARDIA DE SU CARÁCTER ESPECÍFICO

La adopción en 1992 de una extensa normativa comunitaria ha contribuido a crear mecanismos y condiciones nuevos para la defensa y la valorización de los productos agroalimentarios tradicionales, tanto en el plano económico como en el cultural.

Al establecer las normas definitorias de su carácter cualificado y tradicional, promover su control y avalar su autenticidad y la defensa de su calidad ante los consumidores, la certificación es (puede ser), en primer lugar, un instrumento al servicio de una inserción mercantil de los productos tradicionales más eficaz, bien por la ventaja competitiva que les garantiza automáticamente, bien por la justificación que da a la diferenciación de los respectivos precios, canalizando de este modo unas significativas plusvalías hacia sus productores y, en última instancia, contri-

(4) Programa de Artes e Oficios Tradiconais.

(5) Ligação Entre Acções de Desenvolvimento da Economia Rural.

(6) Documento de la Comisión Europea, 1988.

buyendo a hacer más atractiva la permanencia de las personas en sus regiones de origen.

A la consecución de este objetivo contribuye igualmente el reconocimiento público de la diversidad y la riqueza, tantas veces olvidadas e incluso insospechadas, de patrimonios y contenidos culturales implícito en la certificación, que puede suponer una aportación inestimable a su afirmación y reconocimiento. Por eso, la certificación es (puede ser) también un medio decisivo para conseguir la rehabilitación de la autoestima de los habitantes de cada región, restituyéndoles el ánimo necesario para empeñarse en la preservación y recreación de sus legados y valores culturales.

En Trás-os-Montes, que ostenta la denominación de origen más antigua del país, la del vino de Oporto (L. Mouro, 1990), las normas comunitarias mencionadas han desencadenado una serie de iniciativas locales tendentes a la formulación de propuestas de certificación de muy diversos productos agroalimentarios, hasta tal punto que la región figura entre las primeras del país por el número y variedad de productos incluidos en este proceso, hecho que es, de por sí, revelador de su acusada individualidad física, histórica y social.

Por sus atributos intrínsecos, de los que deriva su fuerte diferenciación objetiva, la *alheira* figura, como cabía esperar, entre los productos de chacinería regional propuestos para la certificación como *producto específico* con reserva exclusiva, de acuerdo con el Reglamento (CEE) n.º 2.082, de 4 de julio de 1992.

Los promotores de esta iniciativa son, fundamentalmente, los productores de la región de Mirandela, a través de su estructura asociativa local, que han solicitado el registro de la denominación específica «AL-HEIRAS DE MIRANDELA», de acuerdo con la fuerte implantación y la notoriedad alcanzadas por la misma en el mercado nacional, en especial en los de Lisboa y Oporto.

Este proceso de registro de la denominación de origen se encuentra todavía en la fase de evaluación comunitaria y, en consecuencia, no se han divulgado los contenidos del pliego de especificaciones elaborado al efecto; en todo caso, un análisis genérico de la situación real, aunque condicionado por tales circunstancias, suscita, como materia adecuada para la reflexión, entre otras, las siguientes cuestiones:

1. Al definir (al menos) los parámetros mínimos de caracterización y de calidad que debe cumplir la *alheira* para que pueda comercializarse con la denominación específica propuesta e implicar la verificación sistemática, el control y la garantía de los mismos a cargo de un organismo autónomo e independiente, la certificación supone, por sí misma, la posibilidad de mejorar el *ambiente* del mercado, bien desde la perspectiva de los consumidores, contribuyendo a aumentar su nivel de información, su confianza y su seguridad, bien de los productores, promoviendo la imagen y la reputación de sus productos, protegiéndolos así de la competencia (desleal) de *sucedáneos*, adulterados y degenerados, y con respecto a la misma *alheira*, contribuyendo a la recuperación y reposición de características y factores que le confieren autenticidad y dan contenido a su carácter tradicional.
2. La certificación de la *alheira* como *producto específico* no admite ni implica ningún condicionamiento espacial expreso. Hay que reconocer que la designación de «*Alheiras de Mirandela*», como marca identificadora del producto, no como simple referencia toponímica, condensa y recoge la compleja trama de raíces, vínculos y connotaciones histórico culturales que unen directa e inalienablemente la *alheira* con Trás-os-Montes y le confieren una dimensión patrimonial y simbólica que supera, con mucho, el marco estrictamente alimentario.

Ante esto, se plantea la cuestión de saber cómo puede proteger y salvaguardar la certificación de especificidad este vínculo entre la *alheira* y la región que, reconocida reiteradamente como intrínseca, se sitúa en gran medida, en el terreno de lo inmaterial.

Así expresada, esta cuestión lleva implícita la presunción del riesgo, aparentemente grande, de que pueda utilizarse la denominación «*Alheiras de Mirandela*» con independencia de tales vínculos y de que, en consecuencia, el patrimonio que representa pueda ser apropiado por terceros y utilizado en su beneficio por medio de simples formalidades administrativas, es decir, por el mero cumplimiento de unos requisitos definidos e inventariados en un pliego de especificaciones, elaborado, con toda probabilidad, en un contexto de fuerte *tonalidad* técnico- burocrática.

3. ¿Cómo prevé el pliego de especificaciones el tratamiento de la ya mencionada variabilidad (real y potencial) del producto final?
4. La certificación de la *alheira* y de otros productos agroalimentarios se basa en el presupuesto expreso de que *la promoción de los productos específicos puede convertirse en una baza importante para el mundo rural, especialmente en las zonas desfavorecidas y alejadas, debido por una parte a la mejora de la renta de los agricultores...* (Reglamento CEE n.º 2.082/92).

De este modo, la certificación se encuadra en la retórica y la preocupación oficiales, cada vez más patentes, por la necesidad de promover las condiciones y la calidad de vida de las familias en las regiones deprimidas, apelando a la diversificación con la estrategia de desarrollo y la valorización de los recursos endógenos (entre los que se cuentan también oficialmente los no materiales, como las *artes*, las tradiciones y los conocimientos locales), como uno de los principales instrumentos al servicio de esa estrategia.

Entre tanto, el esfuerzo y las iniciativas en el ámbito de la producción y, en especial, de la transformación de productos agroalimentarios regionales, tradicionales, artesanales, *de campo*, etc., que se pretenden fomentar oficialmente, se enfrentan con una legislación y un marco normativo fuertemente disuasores, *acentuándose tanto más esta circunstancia en los productos de origen animal, las chacinas, y la fabricación de quesos, sobre todo*, como señala Brito de Carvalho (1995: p. 16).

De hecho, las disposiciones vigentes imponen normas, en los ámbitos higiénico-sanitario, técnico y logístico, que suponen inversiones, obligaciones y procedimientos poco ajustados con frecuencia a la escala productiva, a la dimensión económica e incluso a la vocación eminentemente artesanal de las unidades que protagonizan la fabricación de los productos tradicionales en el ámbito local.

BIBLIOGRAFÍA

- ABAD DE BAÇAL (1938): *Memórias arqueológico-históricas do distrito de Bragança*. Tomo X. Oporto.
- ALVES, J. F. (selección y presentación) (1985): «Fontes para a história do Barroso», *Cadernos Culturais*, 5 (ed. del Ayuntamiento de Boticas).

- BARBERIS, C. (ed.) (1992): *Les micromarchés alimentaires: produits typiques de qualité dans les régions méditerranéennes*. Luxemburgo: CEE, Dirección General de Agricultura.
- BOCCALETTI, S. (1992): «Il ruolo delle produzioni tipiche e delle denominazioni d'origine nella salvaguardia della competitività delle produzioni agro-alimentare italiane», *Quaderni della Rivista di economia agraria*, 18: pp. 217-231.
- BORGES PIRES, C. (1970): «Economia e sociologia de montanha. O concelho de Montalegre». Memoria final de carrera de ingeniero agrónomo. Lisboa: ISA.
- BRITO DE CARVALHO, H. (1995): «Defesa e valorização dos produtos de tecnologia caseira», *A rede para o desenvolvimento local*, 12: pp. 11-20.
- CASTRO CALDAS, E. (1991): *A agricultura portuguesa através dos tempos*. Lisboa: INIC.
- CHASSAGNE, M. E. (1987): «Valoriser les ressources locales», *Informations sociales*, 8: pp. 71-78.
- CONCEIÇÃO, A. B. (1994): *Gastronomia. Da necessidade ao engenho e arte*. Vila Real: Região de Turismo da Serra do Marão.
- DELFOSE, C. (1991): «Les produits du terroir et la recherche», *Pour*, 129: pp. 25-34.
- FRANÇA, G. F. F. (1988): «Quem sabe histórias de alheiras...», en: Câmara Municipal de Mirandela y otros (eds.): *A alheira*. Mirandela (2.ª ed.), pp. 4-7.
- FRÉMONT, A. (1980): *A Região, espaço vivido*. Coimbra: Livraria Almedina.
- Instituto da Qualidade Alimentar (IQA) (1992): *Produtos alimentares tradicionais*. Lisboa: Ministério da Agricultura.
- LEITE DE VASCONCELLOS, J. (1982): *Etnografia portuguesa. Tentame de sistematização*. Vol. IV. Lisboa: Imprensa Nacional - Casa da Moeda.
- LINO DA SILVA, J. (1982): «Notas da etnografia do Barroso. A casa aldeã: Partes constituintes e planta», *Separata da Revista Lusitana*, Nova Série, 4.
- MARTINS PEREIRA, J. M. (1908): *As terras de entre Sabor e Douro*. Setúbal: Ed. J. L. Dos Santos.
- MARTINS, C. (1984): «A alheira: enchido típico transmontano», *Indústria alimentar*, 4: pp. 9-13.
- MENDES, M. (1964): «Em louvor da alheira», en: *Roteiro sentimental. Douro*. Lisboa: Ed. Sociedade de Expansão Cultural, pp. 99-107.
- MOURÃO, L. (1990): «A denominação de origem Porto. Análise do seu percurso», *Gazeta das Aldeias*, 2967: pp. 25-26.
- PATARATA, L.; MIRANDA, R.; ESTEVES, A. y MARTINS, C. (1993): «Comparative study of the chemical and microbiological composition of the indus-

- trial and hand-made traditional sausage "alheira". 39th International Congress of Meat Science and Technology, Calgary (Canadá). Proceedings S7P24.WP.
- POLY, D. (1991): «La consommation des produits régionaux en France», *Pour*, 129: pp. 35-46.
- RIBEIRO, M. (1992): «Estratégias de reprodução socioeconómica das unidades familiares camponesas em regiões de montanha (Barroso, 1940-1990)». Tesis de doctorado, UTAD, Vila Real.
- RIBEIRO, M. y MARTINS, C. (1995): «A tradição já não é o que era dantes. A valorização dos produtos tradicionais face à mudança social», *Economia e Sociologia*, 60: pp. 29-45.
- SYLVANDER, B. (1991): «Conventions de qualité et lien social sur les marchés agro-alimentaires», *Pour*, 129: pp. 35-46.
- TABORDA, V. (1987): *Alto Trás-os-Montes. Estudo geográfico*. Lisboa: Ed. Livros Horizonte (2.ª ed.).
- TORGA, M. (1950): «Um reino maravilhoso», en: *Trás-os-Montes e Alto Douro*. Lisboa: Ministério da Comunicação Social, 1979.
- VELOSO MARTINS, A. (1978): *Monografia de Valpaços*. Oporto: ed. del autor.

PALABRAS CLAVE: *Regiones desfavorecidas, desarrollo rural, productos locales tradicionales, valorización y protección jurídica de productos agroalimentarios tradicionales, Charcutería, Portugal.*

RESUMEN

Los productos agroalimentarios que actualmente responden a la clasificación de local, tradicional, artesanal, regional o típico, entre otros, aparecen en el proceso de reestructuración de las economías y de las sociedades rurales como una de las alternativas de desarrollo potencialmente más fecundas.

La alheira, es el producto más característico en el ámbito de la chacinería tradicional de Trás os Montes (Portugal), ya sea por la originalidad de su composición, por su carga histórico-cultural, o por el espacio que ha conseguido hacerse entre los consumidores, constituyendo en la actualidad un producto difundido en casi todo el mercado nacional. Por todo ello se ha elegido como objeto principal de las reflexiones que se desarrollan en este trabajo, en el que más allá de su encuadre en el contexto de importante producción tradicional de chacinas en Trás os Montes, tratamos de caracterizar las diversas vertientes que confluyen en el proceso de su elaboración, consumo y distribución, para finalizar con algunas consideraciones críticas acerca del proceso en curso relativo a la protección jurídica de su especificidad.

RÉSUMÉ

Les produits agroalimentaires qui actuellement sont classés comme locaux, traditionnels, artisanaux, régionaux ou typiques, entre autres, apparaissent dans le processus de restructura-

tion des économies et des sociétés rurales comme l'une des alternatives de développement les plus fécondes potentiellement.

La alheira est le produit le plus caractéristique de la charcuterie traditionnelle de Trás os Montes (Portugal), du fait aussi bien de sa composition, que de son passé historique et culturel, ainsi que de la renommée qu'elle a acquise parmi les consommateurs, raisons pour lesquelles elle s'écoule sur presque tout le marché national. Ces qualités justifient le choix qui en a été fait comme objectif principal de ce travail, qui vise non seulement à situer ce produit dans le contexte d'une importante production traditionnelle de la charcuterie de Trás os Montes, mais également à examiner les différents aspects qui confluent dans le processus de son élaboration, sa consommation et sa distribution, et, finalement, à soumettre quelques considérations critiques au sujet du processus suivi actuellement en vue de la protection juridique de sa spécificité.

SUMMARY

Agrofood products currently classed as local, traditional, artisan, regional or typical, among others, are emerging from the process of rural economic and social restructuring as one of the potentially most productive development alternatives.

Alheira is the most characteristic product within the traditional pork butchery sector in Trás os Montes (Portugal), whether because of its original composition, its historical/cultural legacy or because of the space it has earned itself among consumers, being a product now distributed to most of the home market. All this led to its being selected as the main subject of the observations discussed in this paper, where, apart from setting it in the context of an important traditional sausage product from Trás os Montes, we seek to characterise the different aspects that come together in the process of its production, consumption and distribution, and conclude with some critical considerations about the ongoing process concerning the legal protection of its specificity.



Reproducción de un grabado del siglo XVI donde se puede ver con detalle la organización de una cocina portátil en la que se preparan diferentes viandas de caza y pesca.