

Patrimonializando saberes locales, resignificando tradición e innovación. El caso del jamón ibérico ¹

Patrimonialization of local knowledge, resignifying tradition and innovation: the case of Iberian ham

Santiago Amaya Corchuelo
Universidad de Cádiz (España)
santiago.amaya@uca.es

Encarnación Aguilar Criado
Universidad de Sevilla (España)
eaguilar@us.es

Resumen

En este texto analizamos el caso del jamón ibérico de bellota y sus DOP, para demostrar cómo la creación de su calidad se basa en una adecuada articulación entre tradición e innovación, es decir entre unos saberes locales, asociados al patrimonio cultural de territorios concretos y los nuevos requerimientos técnicos ligados a la producción de alimentos de calidad.

Abstract

In this paper we analyze the case of iberian ham and DOP, to demonstrate how the creation of quality is based on an appropriate link between tradition and innovation. That is the joint between local knowledge and cultural heritage, associated with specific territories and new technical requirements, have been considered to explain the quality food's production.

Palabras clave

Patrimonio cultural, calidad, denominación de origen, tradición e innovación

KeyWords

Cultural heritage, quality, denomination of origin, tradition and innovation

Introducción

Este artículo analiza y reflexiona sobre algunas de las claves que definen la nueva ruralidad en los territorios de dehesa. Trata sobre las producciones de calidad

¹.-La presente investigación forma parte del Proyecto I+D “La producción de calidad: nuevas estrategias rurales para nuevos consumidores” (CSO2010-22074-C03-01). Financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad y Fondos Feder. Grupo TECUDE (SEJ-418). También es fruto de la colaboración de la Diputación Provincial de Badajoz mediante el proyecto “Las estrategias emergentes del sector porcino pacense ante las nuevas demandas alimentarias: canales cortos de comercialización y estrategias de labelización.”

y las estrategias que se implementan para la promoción de “productos de la tierra” en mercados globalizados. Es en este escenario de producciones agroalimentarias donde asistimos a la resignificación de términos como calidad, tradición e innovación. Para ilustrar este proceso nos centramos en las producciones de calidad del jamón ibérico en el territorio español, concretamente en el papel que cumplen las denominaciones de origen de este ámbito productivo como los principales ejes del trabajo.

En relación a las nuevas estrategias del sector agroalimentario, venimos asistiendo a la implantación de las llamadas indicaciones geográficas de calidad. Es un fenómeno vinculado a las actuales demandas de los consumidores de las sociedades post-industriales. Dicha tendencia del consumo y de las cadenas agroalimentarias se ha visto agudizada por las últimas alarmas alimentarias, lo que ha propiciado una mayor necesidad por conocer la procedencia de los alimentos e informarse del proceso seguido por el producto desde su origen hasta la mesa del consumidor. De otro lado, la búsqueda de la diferenciación de productos en un mercado cada vez más homogéneo y globalizado, que busca el valor añadido de la distintividad, resulta otro de los imperativos que explica este proceso en pos de la calidad alimentaria.

Las cadenas agroalimentarias están constantemente en transformación y la tendencia actual hacia una mayor especialización en la calidad supone, tal como hemos señalado, el progresivo incremento de marcas de calidad², desde las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) o Indicaciones Geográficas (IGP), a las de Especialidad Tradicional Garantizada (ETG) o las de Agricultura Ecológica (AE) (Lozano y Aguilar 2010: 126-139), que además tienen reconocimiento europeo (Tregear, Arfini, Belletti y Marescotti, 2007). Básicamente se trata de un tipo de sello de calidad que se aplica a un producto agroalimentario vinculado a determinadas características que residen, por un lado, en el medio geográfico donde se genera, y por otro, en los procesos para elaborarlo basados en los saberes y conocimientos que le confieren especiales cualidades frente a otras producciones.

Nuestro país se incorporó a este proceso a partir del Decreto de 1932 mediante el que se reguló la figura de la Denominación de Origen, en principio sólo aplicable al vino, para finalmente, a partir de 1970³, extender esta calificación a otros productos agroalimentarios como el aceite de oliva, el queso y el jamón curado (Gómez Muñoz y Caldentey, 2000). En 1992 la reglamentación europea unificó la normativa y estableció el marco legal y un sello común para los estados miembros de la Unión Europea. Dicha tendencia entronca con la progresiva aplicación de la

².-En Europa existen actualmente más de cuatrocientas marcas sobre la distintividad de alimentos. Nosotros señalamos aquí las fórmulas más destacadas como son las DOP o las IGC.

³.-Ley 25/1970 del estatuto de la viña, del vino y de los alcoholes y su reglamento aprobado por Decreto 835/1972, de 23 de marzo.

PAC y con ella una nueva dinámica rural que busca el desarrollo territorial anclado en la potencialidad de la cultura local (Espancia, 1999; Mardens, 2003; Aguilar y Amaya, 2007). Así, los espacios rurales son percibidos desde una perspectiva muy amplia, lejos de una visión economicista y unilineal. Ahora sus múltiples funciones tienen que ver con la protección del medio, con el ámbito residencial y recreativo o con la producción de alimentos de calidad. Y todo ello forma parte de la imagen de lo rural asociado a valores como calidad, tradición, naturaleza, etc., aquellos valores de los que carece la sociedad urbana y que los convierte en objetos de consumo privilegiado (Urry, 2003).

Uno de los paradigmas de este modelo es la sustitución de la cantidad por la calidad (en productos y en los procesos), lo cual se sustancia en estos sellos de calidad alimentaria. Originalmente surgieron para intentar frenar las copias de productos, hoy se caracterizan sobre todo por constituir un método para valorizar dichos productos localizados territorialmente mediante una elevada calidad diferencial. Son producciones generalmente de pequeña escala que ocupan nichos específicos de mercado. En este sentido, los actores implicados en estas nuevas cadenas, reafirman constantemente la disparidad de los productos agroalimentarios certificados de los elaborados con métodos industriales como hemos dicho. Siguiendo a Deaton y otros (2010: 99-110), podemos denominar a estas producciones como una economía de valor o de calidad, más que una economía de cantidad⁴.

Desde un punto de vista teórico y conceptual, este contexto ha sido abordado desde la literatura socioantropológica (Mauleón, 2001; Calle, Soler y Vara, 2009; Lozano y Aguilar, 2010). Para nuestro enfoque analítico sobre esta realidad, nos parece especialmente adecuada la combinación de variables económicas, territoriales y ambientales, así como las pautas culturales de las sociedades locales. Por tanto, estamos afirmando que un planteamiento conceptual propicio para analizar las indicaciones geográficas de calidad, debe basarse en la importancia de factores patrimoniales en la implantación de estos sellos territoriales. Son variables que repercuten poderosamente a la hora de elaborar determinadas producciones de calidad asociadas a territorios concretos, que los consumidores valoran por encima de los productos de origen industrial. Elementos como valores o percepciones sobre los productos tradicionales son decisivos entre los consumidores para determinar cuáles adquieren y consumen (Eloí y Menasche, 2010). En esta línea de investigación se inscribe este texto, que es el resultado de un proyecto, actualmente en curso, sobre las producciones de calidad diferenciada ligadas al mundo rural. En concreto se centra en las Denominaciones de Origen Protegida (DOP) del jamón

⁴.-Estos autores utilizan el término de economía de las calidades y cualidades para subrayar las diversas dimensiones de la calidad presentes en los productos certificados en contraposición a lo que sería la economía dominante o economía de cantidad. Según ellos, la economía de calidad se basa sobre todo en las prácticas de producción a las que se someten a los productos agroalimentarios, no el tamaño u otras características físicas como el caso de los huevos que ellos investigan.

ibérico, un producto con cierto peso económico y un extraordinario significado social y cultural. Y no olvidemos que si “somos lo que comemos”, tal como escribe Gracia (2002), es precisamente a través de la alimentación como se construye una parte esencial de nuestra identidad como seres sociales; en dicha línea, pocos alimentos nos proporcionan tantos valores identitarios como el jamón.

Dentro de este marco conceptual, en este trabajo pretendemos analizar de qué manera se está vinculando la demanda de nuevos productores con esta emergente economía de valor que reside en las indicaciones de calidad en el caso concreto de las producciones del cerdo ibérico y particularmente del jamón ibérico. Son estrategias vinculadas al fomento de los productos agroalimentarios de calidad, a la valorización de recursos endógenos y a la dinamización de los elementos patrimoniales en las iniciativas de desarrollo territorial (Aguilar Criado y Amaya Corchuelo, 2007). En estas estrategias la construcción de la tradición ocupa un destacado lugar, construcción basada en la resignificación del capital cultural de las sociedades locales de territorios adheridos.

Acercamiento etnográfico a las DOP del cerdo ibérico

Si nos remitimos a los datos cuantitativos, la producción de jamón ibérico de bellota hay que contemplarla dentro del contexto porcino español. España ocupa la cuarta posición como productora de cerdos y sus derivados, precedida de China, EEUU y Alemania. En nuestro país existía en 2010 una cabaña porcina de 25.704.039 cerdos. El número de cerdos ibéricos en 2010 en todo el país fue de 2.577.975, lo que supone poco más del 10% de la producción porcina. La cabaña porcina ibérica se concentra en las comunidades de Extremadura, Castilla y León y Andalucía. Ahora bien, los cerdos ibéricos de bellota fueron en 2010, 613.423. Ese año se sacrificaron por las DOP en torno a 90.000 cerdos, un 14,7% de los cerdos ibéricos de este país. Por tanto, mientras más acotamos el círculo de la calidad, menor es el impacto económico en las grandes balanzas comerciales.

Pero más allá de estos datos cuantitativos, el sector se encuentra inmerso en una enorme crisis⁵. De acuerdo a los datos obtenidos en nuestro trabajo de campo, hemos detectado que parte de sus dificultades obedecen, por un lado a la disparidad de intereses de los agentes implicados en el mismo, desde ganaderos o productores, industriales y elaboradores, distribuidores, empresas de inspección y certificación, administraciones –locales, comarcales, provinciales, autonómicas, estatales y europeas-, consejos reguladores de las DOP, organizaciones de índole agroganadero, sanitarias o empresariales; centros académicos y de investigación, hasta el propio consumidor. Por otro lado, existen profundos desencuentros entre productores y empresas *certificadoras*. En íntima relación con esta problemática de un sector productivo como el del jamón ibérico y con la creación de las DOP del mismo,

⁵.-Para ampliar datos sobre esta crisis y el contexto de la misma, puede verse el artículo de Amaya (2012), “Tradición y factores culturales en la producción del jamón ibérico. El papel de los manejos ganaderos”.

parece casi obligada una interrogante elemental. ¿Es necesaria la creación de sellos distintivos de calidad de un producto como el jamón ibérico de bellota? ¿Tiene algún sentido iniciar el arduo proceso para obtener un nicho de mercado de un producto como el jamón que ya goza de un enorme prestigio en los mercados nacionales e internacionales? Es cierto que los productos derivados del cerdo ibérico, sobre todo los de bellota, poseen alta estima entre muchos consumidores, pero también lo es que estas DOP constituyen las únicas respuestas que pueden garantizar un producto con un estándar de calidad (raza ibérica, alimentación con bellotas y explotación extensiva en dehesa), frente a la multitud de imitadores que existen en el mercado.

Las DOP del sector ibérico en España comienzan a gestarse en la década de los 80 del siglo pasado y actualmente existen cuatro: *Guijuelo*, *Dehesa de Extremadura*, *Jamón de Huelva* y *Valle de los Pedroches*. Junto a estas hay dos DOP de cerdos blancos: *Jamón de Teruel* y *Jamón de Trevélez*. Su creación supone la valorización de *jamones y paletas*, y lo que es mucho más relevante, repercute en el valor añadido para territorios adheridos de las aproximadamente tres millones de hectáreas del suroeste ibérico⁶. Los sellos que certifican que un jamón está amparado por una DOP, vinculan el producto con su territorio de origen, con un medio ecológico adherido, con usos y manejos propios de la dehesa y con precisos saberes técnicos para la elaboración de sus derivados.

Asistimos así a todo un proceso de construcción de la calidad donde se reafirman, se resignifican valores y tradiciones en torno a lo que debe ser considerado como calidad, tal como iremos viendo.

Los paradigmas: el cerdo ibérico, la dehesa y las matanzas caseras. De la necesidad a la modernidad

Tal y como venimos afirmando el sector ibérico es cuantitativamente poco representativo respecto al sector porcino español. Además, dentro del ibérico, los *ibéricos de bellota* y criados en régimen extensivo son a su vez porcentualmente minoritarios. Entonces: ¿en qué se basan la industria y el prestigio de lo “ibérico”? Existe el binomio socialmente extendido *ibérico-bellota*, o lo que es casi igual, *ibérico-dehesa*, y éste es un estereotipo común en cuanto que relaciona las producciones de ibérico de bellota con un agroecosistema, la dehesa. Este binomio encierra la máxima de que este producto está indisolublemente unido a un territorio antrópico que es la dehesa, uno no existiría sin el otro. De hecho, actualmente la dehesa es rentable sobre todo gracias al cerdo ibérico de bellota en extensivo. El manejo de los cerdos es prioritario en la mayor parte de explotaciones adheridas, aunque sea uno de los usos y manejos de este agroecosistema (Amaya, 2012). Estos manejos ganaderos constituyen un modo de gestión de un territorio basado en prácticas agronómicas tradicionales que giran sobre la montanera y la producción del cerdo.

⁶.-En la región alentejana portuguesa tienen el “Jamón ibérico puro DOP Barrancos”.

Estamos señalando así, que las producciones de jamón ibérico de bellota son inherentes a la identidad cultural de las sociedades locales, cuya actividad fundamental radica en la explotación de la dehesa y en la transformación de los cerdos. La dehesa es el paradigma de la base de la calidad que vincula a un territorio (adehesado) con un producto (jamón ibérico de bellota).

La considerada socialmente como tradición en las producciones del cerdo ibérico de montanera nos remite al sector de pequeños y medianos ganaderos en la dehesa que han mantenido un sistema de gestión que persigue la optimización del aprovechamiento del recurso bellota. Dicho recurso se sustancia en el proceso denominado montanera donde los cerdos ibéricos consumen prioritariamente bellotas. Al final del ciclo de engorde, entre enero y marzo, se sacrifican, tanto por los grupos domésticos como por las pequeñas y medianas industrias de las poblaciones con dehesas. En los dos casos (matanzas domiciliarias e industrias locales), los métodos de producción, los procesos para obtener los derivados del cerdo son parecidos. Procesos escasamente mecanizados, manejo de materias primas de alta calidad (carnes, grasas, sal, pimentón y ajo sobre todo), características meteorológicas concretas (vientos, temperatura y humedad) y una especialización productiva basada en un profundo conocimiento y control de todas estas variables. El factor humano y su saber hacer destacan como la variable determinante.

Es la caracterización de un modelo de producción que se considera y estandariza como tradicional, y en esa medida se resignifica en pos de los intereses comerciales de los nuevos sellos de calidad alimentaria como en el caso de las DOP de jamones ibéricos. Es esta la tradición que pasa ahora a patrimonializarse a través de un proceso social selectivo que entiende y maneja esta tradición como innovación y que encuentra sus principales representantes en las DOP. Son fórmulas de innovar consistentes en el *rescate* de fórmulas tradicionales, pero ¿mediante qué mecanismos?

Indicaciones geográficas como procesos de patrimonialización

Las DOP son consideradas como las máximas representantes de los sellos de calidad en el contexto de las indicaciones geográficas de calidad. En el caso concreto de las DOP del sector ibérico, sus reglamentos estipulan aspectos productivos básicos como materia prima a utilizar (la raza del cerdo, su edad o tipo de alimentación) o los procesos de transformación (periodos de curación de sus derivados). En este sentido, y este es un aspecto básico de este trabajo, lo que se produce es una clara selección de determinadas características del considerado modelo tradicional de producción del cerdo ibérico de montanera. Los elementos elegidos ahora son aquellos que mejor se adecuan a los parámetros reglamentarios de la Unión Europea para las DOP. Y es en esa precisa combinación entre tradición- de usos, manejos y saberes locales- con innovación y requerimientos tecnológicos- de higiene y salubridad- en la que radica la construcción de la calidad que ahora se oferta bajo la fórmula de marca protegida. Es una fórmula donde, en palabras de Menasche y Krone (2010) “*los productos tradicionales dejan de ser percibidos*

como restos del pasado, condenados a desaparecer en la modernidad, para pasar a ser demandados en procesos que remiten a la valorización cultural y a la dinamización de economías locales.”

El reconocimiento social del producto más destacado del cerdo ibérico de bellota es sin duda el jamón. Varios son los términos que condensan la riquísima polisemia sobre la calidad y propiedades de este alimento. Términos que resumen su universo simbólico, desde los clásicos *jamón ibérico*, *ibérico de bellota*, *pata negra*, hasta otros contemporáneos como *oro graso*, *tres encinas*, *cinco jotas*, etc. Son expresiones en constante disputa y que la reglamentación actual intenta normativizar, aunque es el mercado el que asiduamente se apropia de estos nombres, los convierte en marca y los utiliza como sello distintivo en sus producciones de jamones y/o paletas aunque estén desvinculadas de la dehesa, de la bellota y poco relacionadas racialmente con el ibérico.

El reconocimiento de este simbolismo está basado en la legitimidad emanada de aquellas prácticas tradicionales de producción de los jamones ibéricos de bellota, prácticas que diferencian y proporcionan valor añadido a este alimento respecto a todos los demás jamones, tanto los ibéricos que no son de bellota como, sobre todo, los no ibéricos. Las prácticas tradicionales y el saber hacer en la producción del jamón ibérico constituyen ahora el verdadero factor de innovación, en un proceso de resignificación de prácticas ganaderas y prácticas industriales.

Por otro lado comprobamos que las fórmulas de patrimonialización de las prácticas productivas tradicionales constituyen en estas producciones de DOP para productos ibéricos, estrategias comerciales plenamente insertas en los flujos mercantiles globalizados. Para la mayor parte de ganaderos e industriales una DOP resulta un complemento de renta en su explotación. Las DOP constituyen así una estrategia económica que complementa las demás producciones. De este modo, combinan un ciclo productivo encaminado a poner en el mercado jamones de alta calidad que responden a los manejos tradicionales y a la demanda de consumidores puntuales, con los productos de otro ciclo productivo acorde a dinámicas plenamente industriales. Uno, el ciclo tradicional implementado por las DOP, responde a una economía de valor y de prestigio. El otro, el ciclo cuyos resultados son productos cárnicos en cadena, responden a una economía de cantidad, intensiva, tal como señalamos (Deaton y otros, 2010).

Pero lo que resulta más relevante aquí, es que existe un colectivo, un elevado número de pequeños y medianos productores cualificados que garantizan las producciones tradicionales. De hecho nunca han abandonado estas prácticas ni los saberes asociados. En gran medida estos saberes tradicionales han sido apropiados desde las DOP del ibérico y regulados mediante sus reglamentos, como hemos dicho antes. En íntima relación con ello, encontramos que el principal problema para estos productores del sector ibérico de calidad, es la competencia agresiva que están actualmente sufriendo desde las grandes empresas del sector agroalimentario, las del sector cárnico de cerdo blanco. Se trata de una competencia facilitada legalmente por la *Norma de Calidad del Ibérico*, promulgada en 2006. Una ley que permite la

utilización de términos como “ibérico” en su etiquetado. De ese modo usan el valor añadido vinculado con la simbología propia del término *ibérico* y lo aplican a una producción de forma intensiva. Se consolida así la desvinculación entre producto y territorio. Pero lo que resulta mucho más interesante es cómo se apropian legalmente de un patrimonio cultural inherente a los grupos de productores e industriales locales. Por tanto, las prácticas industriales amparadas por la *Norma del ibérico*, se ha convertido en la segunda plataforma de patrimonializar los saberes técnicos en torno al jamón ibérico, junto a las DOP.

La falta de reconocimiento del saber hacer, tanto de ganaderos como de elaboradores, puede encontrarse en cualquier manifestación de los agentes implicados y con poder de decisión en el sector ibérico de montanera. En EFEAGRO (10 de abril de 2011), la consejera de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, Clara Aguilera, señalaba “...que si no se potencia la comercialización de los productos de la dehesa y se mejora la certificación de su calidad diferenciada se corre el riesgo de que desaparezcan las poblaciones e incluso la propia dehesa”. La prioridad, en este caso, se establece en la comercialización del producto, pero sin los procesos y los productores que los realicen, sin que entren en juego las prácticas tradicionales no hay producto diferenciado.

Desde un punto de vista de la ética en cuanto a la propiedad intelectual de estos saberes, la tradición productiva del jamón ibérico de bellota, ha residido históricamente en un grupo de actores muy localizados: los ganaderos e industriales de los territorios adeshados. En los ganaderos con sus manejos, en las tradicionales matanzas domésticas e industriales de estas zonas se ha depositado un saber hacer, un patrimonio compartido y público entre los habitantes de las zonas de procedencia del jamón ibérico de bellota. Vemos cómo su altísima calidad, el hecho de ser un producto de alta gama entre los alimentos de las cadenas actuales, la fama y prestigio acumulados durante siglos y condensado simbólicamente en términos como el de “ibérico”, se arrebató a estas sociedades y se aplica ahora sistemáticamente a producciones que no comparten el universo socioeconómico, medioambiental ni cultural de las producciones tradicionales.

Capital cultural e indicaciones geográficas de calidad

La importancia de productos agroalimentarios locales en la conformación de nuevas dinámicas de desarrollo territorial, impulsadas por la valorización de características que atribuyen especificidades a un producto, asociadas a una imagen territorial, es un hecho ampliamente estudiado (Mauleón, 2001; Ruiz et al, 2007; Aguilar y Lozano, 2008; Lozano y Aguilar, 2010). Pero en pocos estudios de caso se plantea la necesidad de establecer mecanismos de protección de los saberes, de la tradición acumulada y heredada que facilita seguir produciendo los alimentos diferenciados por pequeños grupos sociales asociados a territorios concretos (Eloí y Menasche, 2010). Estamos hablando más que de seguridad o soberanía alimentaria, de derechos de autor y propiedad intelectual. La pregunta en nuestro caso respecto al jamón ibérico de bellota sería: ¿es protegible el saber hacer de las personas que

poseen los conocimientos para elaborar estos productos? Este es el capital cultural de los agentes locales (ganaderos, industriales y matanceros -matanzas caseras-) que tienen estos saberes técnicos. Tal como se ha señalado en otras ocasiones (Tregear et al, 2007) podemos pensar en políticas públicas de protección de este capital cultural.

En nuestro entorno, Francia es el país con mayor tradición y experiencia en sistemas de protección inspirándose en la noción de *terroir* o territorio generalmente pequeño en el que el sol o el microclima confieren cualidades distintivas a los productos (Barham, 2003). Esta amplia trayectoria en los sistemas de protección se asienta en otra dimensión a la que suele hacerse menos referencia, la dimensión cultural. De este modo, un producto agroalimentario diferenciado es fruto tanto de características meteorológicas y ambientales, como sobre todo de la interacción humana. Difícilmente podemos entender la existencia del cerdo ibérico (animal de crecimiento lento y por tanto, de mucha grasa y poca carne) en la tendencia del mercado actual. Poca proyección tendría el jamón ibérico sin las personas que manejan a los animales durante su crecimiento y engorde en montanera, sin los que después aplican puntualmente las formas de corte, salado, secado y curación, sin los que durante años controlan temperatura, vientos y humedad, o la textura y olor de cada pieza. Estos saberes, este patrimonio inmaterial es el factor que determina la calidad particular de un producto. La calidad específica del jamón ibérico de bellota como alimento diferenciado le es conferida por inscribirse en una cultura local, en un modo de vida heredado que durante siglos se ha formado en relación directa con la dehesa.

Por ahora lo más cercano a estos planteamientos sobre la protección de producciones localizadas, protecciones regionales o territoriales en forma de capital cultural que crea beneficios económicos y sociales en áreas rurales a partir de patrimonializar su saber hacer en el caso del jamón ibérico de bellota, son las DOP. Es lo más parecido a un sistema de protección del capital cultural de este sector, mientras que el otro sistema de certificación mediante la *Norma de Calidad del Ibérico*, está suponiendo el efecto contrario: el traslado y desterritorialización de dichos saberes hacia sectores antes ajenos tanto a los saberes como a las producciones de alimentos ibéricos diferenciados.

A modo de reflexión

Nuestra investigación demuestra de qué modo las experiencias de las DOP en territorios escasamente competitivos en la macroeconomía, como las zonas de dehesa, generan un amplio conjunto de sinergias. Así, frente a modelos agroalimentarios globales, la implementación de estrategias de *localización* incide en la dinamización socioeconómica de localidades y comarcas. De la misma forma, al promover manejos extensivos con razas autóctonas, se estimula el mantenimiento de aprovechamientos agroganaderos escasamente rentables. Por otro lado, y lo que nos parece mucho más importante, permite conservar las peculiaridades culturales, ecológicas y paisajísticas del territorio en que se enmarcan.

Las sinergias negativas de este proceso tienen que ver con los riesgos asociados al proceso de patrimonialización de los alimentos, ya que la selección de sus elementos distintivos puede suponer en algunos casos un alejamiento del contexto socioeconómico y cultural donde se generan. Las DOP del sector ibérico mediante sus reglamentos fragmentan los saberes tradicionales, aíslan aquellos componentes del saber hacer que consideran más adecuados a las normativas agroalimentarias europeas y los resignifican, los dotan de nuevos significados y sentidos. Por tanto, la atribución de nuevos significados persigue una clara adaptación mercantil del producto en base a sus caracteres *tradicionales*. Pero es una tradición patrimonializada, reinventada y adaptada a las reglas del mercado.

Por otra parte, hemos comprobado de qué modo se ha producido la entrada del *agribusiness* en el sector que hemos investigado, a través de las grandes multinacionales cárnicas amparadas legalmente por la llamada *Norma del ibérico*. Este hecho ha supuesto, en los quince años de aplicación de esta norma, el proceso conocido como *conventionalisation* (Guthman, 1998), o entrada masiva de empresas e industrias del sector cárnico de capa blanca antes desvinculada del sector ibérico. La irrupción de estas grandes cadenas agroalimentarias que se apropian de los atributos asociados a la calidad conlleva la reproducción de mecanismos asociados a sistemas de producción intensivos que ahora se aplican a producciones que históricamente sólo se obtenían mediante sistemas extensivos de producción. Nos referimos a los mecanismos de explotación de la naturaleza, de subordinación de los ganaderos y de industrialización de los alimentos (Lozano y Aguilar, 2010).

En este contexto de las empresas que certifican sus producciones ibéricas amparadas con esa *Norma del ibérico*, encontramos también las DOP. Así, frente a la pérdida de referentes que conlleva la producción a gran escala, encontramos alimentos como el jamón ibérico de bellota certificados que garantizan a los consumidores mayores niveles de calidad, fiabilidad y seguridad alimentaria. Este proceso actual podría permitir a ganaderos e industriales inmersos en una economía de valor, espacios de relativa fortaleza frente al poder de las multinacionales de la agroalimentación de productos industrializados.

Por tanto, si bien comprobamos que existe todo un proceso de patrimonialización en torno a la producción del jamón ibérico, donde se resignifican valores que le confieren su calidad (procesos de trabajo, manejos ganaderos o condiciones ambientales), debemos distinguir dos formas de sustanciar dicha patrimonialización directamente relacionados con las normas que regulan este sector agroalimentario, las DOP y la *Norma del ibérico*. Así podemos hablar de una patrimonialización de bajo impacto, las de las DOP, que aun segmentando el universo productivo ibérico y aplicándolo sólo parcialmente, incentivan la continuidad de prácticas extensivas en la dehesa. Por otro lado tenemos una patrimonialización a gran escala amparada por la *Norma*, según la cual se utiliza el emblema de estos productos, el nombre de *ibérico* en productos absolutamente descontextualizados del marco territorial de la dehesa y del universo cultural de sus sociedades.

Referencias bibliográficas y webgrafía

- Acosta Naranjo, R., Amaya Corchuelo, S. y Díaz Aguilar, A. L. (2002): *Memoria de la tierra, campos de la memoria. Los agroecosistemas tradicionales de Tentudía. Vol. I. La dehesa y las tierras calmas*. Mesto. Cuadernos monográficos de Tentudía. Número Ila. Centro de Desarrollo Comarcal de Tentudía. Zafra (Badajoz).
- Aguilar Criado, E. y Amaya Corchuelo, S. (2007): “El patrimonio cultural como activo de desarrollo rural”. Sanz Cañada, J. (ed.): *El futuro del mundo rural*. Síntesis: 103-124. Madrid.
- Aguilar Criado, E. y Lozano Cabedo, C. (2008): “El territorio y las producciones de calidad como factor de desarrollo sostenible en el medio rural”. *Agricultura Familiar en España*. Fundación Estudios Rurales: 170-173. Madrid.
- Amaya Corchuelo, S. (2012): “Cadenas alimentarias y cooperativismo en la producción de jamón ibérico”, en *Alimentación y Cultura, Slow Food*. Brasil. <http://www.slowfoodbrasil.com/textos/alimentacao-e-cultura/545-jamon-iberico>
- Amaya Corchuelo, S. (2012): “Tradición y factores culturales en la producción del jamón ibérico. El papel de los manejos ganaderos”, en *Solo Cerdo Ibérico*, N° 27. Edit. AECERIBER. Zafra.
- Barham, E. (2003): “Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling”. *Journal of Rural Studies*, n. 19, p. 127-138.
- Bowen, S y De Master, K. (2011): “New rural livelihoods or museums of production? Quality food initiatives in practice”. *Journal of Rural Studies*, nº 27 73-82.
- Calle Collado, A., Soler Montiel, M. y Vara Sánchez, I. (2009): “La desafección al sistema agroalimentario: ciudadanía y redes sociales”. Texto resumen Mesa 1: Consumo alimentario y cambio social, I Congreso Español de Sociología de la Alimentación.
- Deaton J., Busch L., Samuels W. Y Thompson P. (2010): “A note on the economy of qualities: attributing production practices to agricultural practices”. *Journal of Rural Social Sciences*, 25(3), pp. 99–110.
- Esparcia Pérez, J. y Noguera Tur, J. (1999): “Reflexiones en torno al territorio y al desarrollo rural”. Ramos Real, E., (ed.): *El desarrollo rural en la Agenda 2000*. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 9-44. Madrid.
- Eloí Krone, E. y Menasche, R. (2010): “Políticas públicas para produtos com identidade cultural: uma reflexão a partir do caso do queijo artesanal serrano do sul do Brasil”, *Anais do congresso da Associação Latinoamericana de Sociologia Rural*. <http://www.alasru.org/pernambuco-brasil-2010>
- Gracia Arnaiz, M. (2002): “La alimentación en el umbral del siglo XXI: una agenda para la investigación sociocultural en España”. En Gracia Arnaiz, M. (coord.) *Somos lo que comemos*. Ariel Antropología, pp. 15-38. Barcelona.
- Gómez Muñoz, A. C. y Caldentey, P. (2000): “Signos de calidad en productos agroalimentarios”. *Tierra Sur*, nº 7, 30-35.
- Guthman, J. (1998): “Regulating Meaning, Appropriating Nature: The Codification of California Organic Agriculture”. *Antipode*, v. 30, nº 2, pp. 135-154.

Lozano Cabedo, C. y Aguilar Criado, E. (2010): “Natural, tradicional y de la tierra. La promoción de la calidad agroalimentaria en los nuevos espacios rurales andaluces”. Soler, M. y Guerrero, C. (Coords.): *Patrimonio cultural en la nueva ruralidad andaluza*. Sevilla, Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico, Consejería de Cultura, 126-139.

Lozano Cabedo, C. (2011): *El sabor de la naturaleza*. Fundación Blas Infante. Sevilla.

Mauleón Gómez, J. R. (2001): “Los canales cortos de comercialización alimentaria como alternativa de los pequeños agricultores ante la globalización: el caso español”. *Actas XXIII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología*.

Menasche, R. y Krone, E. (2010): “O Queijo Serrano dos Campos de Cima da Serra: história, cultura e identidade como ingredientes de um produto da terra”. In: Menasche, R.; Alvarez, M.; Collaço, J. (Org.). *Dimensões sócio-culturais da alimentação: diálogos latino-americanos*. Porto Alegre: Ed. UFRGS, (no prelo).

Vázquez Cobo, A., Barea Barea, F., Navarro García, L. y Ruiz Avilés, P. (2007): “La calidad y las denominaciones de origen en los aceites de oliva andaluces.”. *Distribución y Consumo*, nº 96, 42-51.

Tregear, A., Arfini, F., Belletti, G. y Marescotti, A. (2007): “Regional foods and rural development: The role of product qualification”. *Journal of Rural Studies*, nº 23, 12-22.

Urry, J. (2003): *The Tourist Gaze*. Sage. London.

Biografía de los autores

Santiago Amaya Corchuelo es profesor de la Universidad de Cádiz (Cádiz), licenciado y doctorado en la Universidad de Sevilla como antropólogo. Trabaja en campos como el patrimonio cultural, el desarrollo territorial o las indicaciones geográficas de calidad. Su formación, investigación y docencia transcurren entre Andalucía, Extremadura y distintas colaboraciones con universidades tales como la mexicana Universidad Iberoamericana, el INER de Medellín o la UFPel y UFSM, de Brasil.

En fechas recientes ha publicado las obras: *Los chochos: de recurso de la dehesa a patrimonio cultural* y *Patrimonio vivo: la vigencia del comunismo agrario en el siglo XXI*. De la investigación en curso sobre indicaciones geográficas, cabe mencionar los artículos “Conservando la dehesa, reinventando la cultura: las DOP del cerdo ibérico” y “Cadenas alimentarias y cooperativismo en la producción de jamón ibérico”.

Encarnación Aguilar Criado es catedrática del Departamento de Antropología Social de la Universidad de Sevilla (España) en la que obtuvo su Licenciatura y Doctorado, realizando estudios de Postdoctorado en la Universidad de Berkeley (California). Ha sido profesora invitada en diversas universidades

españolas y extranjeras. Especialista en temas de Antropología Económica, Sociedad Rural y Patrimonio Cultural. En la actualidad dirige varios proyectos de investigación relacionados con las temáticas de Territorio, Calidad y Desarrollo Rural.

Entre sus publicaciones recientes artículos como “Territorialising organic production: collective actions and public policies in Andalusian”, en la revista *Sviluppo Rurale Sostenibile*, o “Productos locales, calidad y diversificación: nuevas estrategias de desarrollo en el mundo rural de España y Brasil”, en *Estudios Sociológicos*, Colegio de México.

Recibido: 25 de Agosto del 2012

Aceptado: 4 de Octubre del 2012