
Carme Bertran Xandri ()*

*Las producciones locales:
entre la protección
y la normalización
(el caso del tupí)*

1. INTRODUCCIÓN

La cuestión de la protección y normalización de los productos locales constituye una cuestión todavía por resolver. Es cierto que existen una serie de productos que hace ya algunos años gozan de unas denominaciones (de origen, de calidad, etc.) en todos los países comunitarios, pero también es cierto que la mayoría de los productos locales han quedado fuera del amparo de estas denominaciones por distintas razones. La principal de ellas es que han sido protegidos principalmente los productos con una producción amplia y con una aceptación extendida más allá de su territorio de producción. Así, podemos ver que los vinos y los quesos curados, por ejemplo, se encuentran en diversas comarcas e incluso se comercializan fuera de su área de elaboración. Esto no ocurre con los productos locales que cuentan con una exigua producción, con canales de comercialización reducidos y, en definitiva, con un prestigio que se restringe, muchas veces, al nivel local o comarcal. Esta situación exige para ellos un tratamiento diferenciado si se quieren potenciar tanto sus cualidades organolépticas como el entorno

(*) Universidad de Barcelona.

en el que se enmarcan; y, por supuesto, que este tratamiento se decida desde el análisis concienzudo de las diferentes situaciones en que cada producto se encuentra.

El caso del queso de *tupí*, producido en diversas comarcas del Pirineo catalán, es paradigmático: no responde a las expectativas de la legislación vigente en los diferentes ámbitos legales, en nuestro caso, la UE, el Estado español y Cataluña. Efectivamente, el queso de *tupí*, en este momento, sólo podría acogerse al reconocimiento de una denominación, «Denominació Comarcal», que no tiene correspondencia ni en los parámetros españoles ni en los europeos. Veremos cómo, a partir de su contextualización en el espacio, en el tiempo y en las actuaciones de sus productores y sus consumidores, este producto tradicional de los Pirineos puede o no encajar en las intenciones de protección y normalización de la UE.

Ejemplificar esta problemática con el *tupí* no es gratuito; a partir de él podemos plantear cuestiones candentes para la problemática actual del sector agroalimentario. Los productos llamados «de la tierra» tienen un papel clave en este sector, tanto a nivel nacional como europeo, y se les ha implicado en las políticas destinadas a evitar una mayor despoblación del mundo rural y a dinamizar sus maltrechas economías. Este nuevo protagonismo los ha imbuido de un aura de esperanza para las zonas de montaña en particular, pero han puesto también sobre la mesa la necesidad de encauzar las actuaciones relacionadas con ellos. Esto es, desde los poderes públicos se ha intentado mantener un control sobre estos productos, para que no desaparezcan, para que aumenten sus cuotas de mercado, para que no haya un mal uso o un uso fraudulento de su notoriedad. Este control se traduce en una reglamentación que establece en qué condiciones se protege y se normaliza. Proteger estos productos implica, por una parte, que son susceptibles de manipulación y, por otra, que se encuentran en peligro de desaparición, como mínimo del alcance de los canales comerciales, pero también posiblemente de su elaboración para autoconsumo, que en muchos casos ha sido la forma de mantenimiento de su producción a lo largo de los años. Teniendo en cuenta que para protegerlos es necesario normalizar su producción y distribución, veremos cómo se produce una cierta contradicción entre los objetivos y su puesta en práctica. El *tupí*, que como producto local no ha iniciado este proceso, tendría serias dificultades para responder a las exigencias de la reglamentación europea relativa a la problemática de la

protección de los productos locales sin por ello sufrir una gran transformación en sus diferentes usos, sus técnicas, sus formas de consumo, sus variantes, que, como ya veremos, han caracterizado de forma particular a este producto. Veremos también como la multidimensionalidad del producto no puede encajar con una reglamentación que defina a los productos de forma unívoca. La cuestión que se plantea entonces es ¿qué y de qué forma debe protegerse?

Esta incertidumbre se debe a que una producción local como el *tupí* atiende a numerosos factores que le caracterizan como tal, aunque no haya un consenso europeo a propósito del reconocimiento de estos productos: en la reglamentación para protegerlos o normalizarlos hay que clarificar qué es lo que debe determinar su especificidad, si deben hacerlo los «recursos» que determinan la calidad de las materias primas (entendiendo por recursos de un posible origen geográfico, por ejemplo, la calidad de las tierras, los pastos o el ganado, etc.) o bien las técnicas de elaboración y los usos a que se destinan. Lo que resulta evidente es que hay una dimensión cultural que no puede ignorarse porque estos productos incorporan una memoria colectiva, no sólo de las técnicas de fabricación sino también de sus consumidores (Letablier y Nicolás, 1994). Hay que examinar en profundidad las diferentes dimensiones que configuran a una producción local antes de actuar sobre ella: tener en cuenta su relación con el espacio, la que configura su dimensión geográfica: la permanencia de los conocimientos tradicionales, de las técnicas de fabricación y de sus usos, que configura la dimensión histórica; las representaciones colectivas elaboradas respecto a un producto, que perfilan su dimensión cultural y, finalmente, tener en cuenta las interrelaciones que se producen entre los diferentes protagonistas que participan de alguna manera en el proceso (productores, distribuidores, consumidores...) (Letablier y Nicolás, 1994).

Si se tienen en cuenta todas las dimensiones que incorpora un producto local, debería contarse con las herramientas necesarias para dar cabida a todas las producciones que deben ser protegidas y normalizadas, tanto para evitar su desaparición como para potenciar su producción y su prestigio. Pero la complejidad de encajar las reglamentaciones para con las diferentes dimensiones que configuran los productos locales puede llegar a producir contradicciones e incluso, como veremos en un caso particular, a afectarlos negativamente. Es el caso del *tupí*.

2. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS PRODUCTORES

En Catalunya, la producción de leche y la elaboración de productos lácteos se han concentrado, tradicionalmente, en las comarcas del Pirineo, las propias de la vida pastoral y los rebaños de vacas, cabras y ovejas. Las diferentes comarcas de montaña que comprenden el Pirineo catalán han vivido de estos rebaños hasta mediados del siglo XX. A partir de los años 40 su historia ha estado marcada por la despoblación creciente, aunque este proceso se inició a partir de la segunda mitad del siglo XIX, en que las repetidas crisis de la agricultura tradicional de subsistencia y el crecimiento industrial del área de Barcelona originaron una serie de flujos migratorios que rompieron el equilibrio demográfico tradicional y produjeron un lento pero continuado proceso de despoblamiento (Sabartés, 1993) (1). Por otra parte, la evolución del sector lácteo en las comarcas del Pirineo ha estado marcado por conflictos internos. El *tupí* nunca ha representado una importante producción dentro de este sector, pero dado que hoy en día se erige de alguna manera de un caso ejemplificador de las posibilidades que ofrece un nuevo tipo de desarrollo rural, debe ser situado en un contexto histórico preciso.

Efectivamente, las comarcas que comprenden el Pirineo catalán (Pallars Sobirà, Pallars Jussà, Alt Urgell y Cerdanya), en el presente siglo han contemplado cómo la población, y con ella la industria lechera, descendían de forma inexorable (Sabartés, 1993) (2). El despoblamiento del mundo rural no es una problemática ajena al resto del estado, pero en estas comarcas se ha acentuado por el abandono creciente de las tierras y los rebaños (Ainaud et altri). Los pocos ganaderos y agricultores que quedan en la actualidad son ancianos y tienen claro que «**detrás**

(1) En términos relativos, sólo en la comarca de Pallars Sobirà se produjo una pérdida del 57,9% de la población entre 1857 y 1991, proceso que sólo se frenó entre 1910 y 1960, con la construcción de las centrales hidroeléctricas.

(2) Hay que tener en cuenta que el proceso de despoblación en este caso se vio acompañado por el cambio de actividad de muchos ganaderos. Los habitantes de los Pallars recuerdan que «**los sueldos de las eléctricas eran mejores, mucha gente abandonaba los rebaños para irse allí**». Un productor recuerda que «**la llegada de las eléctricas coincidió con la bajada de los precios de la leche y mucha gente, como en el campo pagaban muy poco, además no muy bien tratados... dormían en los pajares..., y comían mal, en comedores para los mozos..., pues mucha gente abandonó, porque trabajando en una fábrica ganaban tres veces más que en el campo...**».

nuestro no seguirá nadie, excepto, quizás, los hippies» (3). Lo cierto es que las dos comarcas de mayor producción lechera, Alt Urgell y Pallars Sobirà han visto cómo se convulsionaba el sector en treinta años, hecho que la mayoría de habitantes atribuyen **«a la falta de espíritu cooperativista y a fuertes intereses económicos»**. Desde la perspectiva de los pequeños ganaderos y agricultores, la situación se ha vivido como un agravio, un conflicto que ha perjudicado a los pequeños productores enfrente de las empresas lecheras, que ellos perciben como «fuertes». Los productores tienen claro que para ellos vender la leche era una necesidad y **«con ella jugaban las lácteas»**. En los años anteriores a la Guerra Civil española, hubo un intento para formar una cooperativa lechera en el Pallars Sobirà, pero fracasó al cabo de un tiempo por el abandono de los cooperativistas más potentados, que constituyeron una sociedad anónima para transformar la leche de sus propias explotaciones estableciendo **«una competencia desleal con la negociación de los precios por litro de leche»**. El conflicto entre la cooperativa y la sociedad anónima provocó una fluctuación de socios que, en definitiva, **«querían vender al mejor precio y que a menudo no cumplían las elementales normas de higiene y calidad»**, y todo ello llevó a la desaparición de ambas entidades. A partir de 1950 haría su aparición la empresa láctea RAM, que se hizo cargo de los locales de la sociedad anónima y absorbió las producciones lecheras. A pesar de que hubo una cierta estabilidad durante años, en palabras de un productor **«funcionaba el “amiguismo” a la hora de pagar mejor o peor la leche»**, con lo cual reapareció el conflicto.

Algo parecido sucedió en la comarca de l'Alt Urgell, con la creación de la «Cooperativa del Cadí y de la sociedad anónima «Lleteries de la Seu». En 1975, por primera vez, se constituyó una sociedad agraria de explotación compuesta por productores que tuvo que hacer frente a la misma rivalidad que se produjo en las otras comarcas. A finales de los años 70, hubo un intento de colaboración entre la empresa RAM y la sociedad anónima «Lleteries de la Seu», según la cual RAM se comprometía a quedarse la leche sobrante de Lleteries a cambio de que ésta re-

(3) En estas comarcas los «neurales» hace ya muchos años que están instalados, pero todavía se les conoce como «los hippies» o «los chicos de fuera».

cogiera la leche de los socios de RAM. A mediados de los años ochenta, «Lleteries de la Seu» decidió invertir en la creación de una nueva fábrica, con capacidad para transformar 250.000 litros de leche. Pero la iniciativa llegaba tarde, el proceso de abandono de la producción láctea ya había dado comienzo, y los productores abandonaban de forma progresiva sus explotaciones. Esto llevó a la sociedad a comprar leche francesa, más cara que la nacional, con la cual se mermó todavía más la rentabilidad. Hasta este momento los productores habían oscilado entre una y otra empresa en función del precio de la leche, pero la definitiva pérdida de socios y la falta de capital obligó a esta sociedad a exigir una aportación de los productores. Esta situación provocó su movilización hacia la empresa láctea Copirineo y la intervención del Estado, que intentó subsanar las pérdidas con una subvención y créditos favorables. Pero, a los pocos meses se iniciaron los impagos por parte de la sociedad que, ahora sí, afectó directamente a los productores: **«perdimos el coste de miles de litros de leche y las aportaciones que habíamos realizado».**

La aparición de la empresa El Castillo, a finales de los años ochenta, repartió a los productores entre ésta y Copirineo, hasta que en 1994 Copirineo estuvo al borde de la quiebra. Una vez más, **«los productores tuvimos que realizar aportaciones, lo cual provocó nuevamente un abandono de explotaciones por parte de los más pequeños, que no podían asumir la carga».**

Esta serie de conflictos entre intereses económicos de las grandes empresas lácteas y los productores, que a menudo tienen exiguos rebaños, se encuentra hoy en un equilibrio inestable. En las comarcas del Pirineo quedan pocas explotaciones, pero esta situación también responde a factores relacionados con la mecanización del sector y la desaparición de las familias acomodadas. Efectivamente, a partir de los años sesenta comenzó el fenómeno de abandono de las explotaciones y, aunque puede parecer paradójico, las primeras fueron las pertenecientes a estas familias. Antes de la mecanización, los propietarios acomodados no trabajaban sus tierras personalmente, sino que tenían asalariados que a menudo vivían en condiciones precarias. La creación de nuevos puestos de trabajo, mejor remunerados, provocó la deserción de estos asalariados hacia las nuevas empresas localizadas en las comarcas. La pérdida de esta mano de obra hizo que las grandes familias decidieran arrendar sus

tierras, mientras que los pequeños productores continuaron trabajando, unos en régimen de propiedad y otros arrendando las tierras (Sabartés, 1993). Finalmente, muchas de las familias más acomodadas se desplazaron hacia las grandes urbes para establecer negocios, al tiempo que emigraban aquellos otros ganaderos que abandonaban la producción lechera, y que los actuales residentes recuerdan como **«los que cogieron porterías en Barcelona»**.

3. EL TUPÍ, UNA HISTORIA DE PASTORES

EL *tupí* había sido siempre un queso muy representativo del tipo de alimentación y de la vida ganadera y pastoril de alta montaña (Lluís, 1964 y Vilarrassa, 1935). Respondía al aprovechamiento de recursos propios, puesto que se elaboraba a partir de quesos curados que se estropeaban. El *tupí* extendía su producción por todas las comarcas del Pirineo catalán y coincidía parcialmente con las zonas donde se elaboraba el queso curado de oveja. Se trataba de un queso cremoso, de color amarillento y de intensidad en el sabor variable. Debe su nombre al recipiente que lo contiene, la *tupina*, una olla de barro de medida variable. Las *tupinas* también se denominaban como «ollas de tierra», porque no se guisaba en ellas, sino que se introducía el queso en su interior, una vez rallado o troceado, y durante todo el proceso de elaboración, ésta se guardaba en estanterías o en el suelo de la despensa de las casas. Este queso tenía un sabor muy característico, muy fuerte, picante y con regusto del alcohol con el que se aromatizaba, que era incorporado en diferentes fases del proceso de fermentación (justo en el inicio, al cabo de una semana o en pleno proceso de fermentación), y que podía consistir en aguardiente, anís o aceite de oliva. No había una medida exacta ni un licor específico para incorporar al queso. De todas formas, la mayoría añadía chorritos del alcohol inmediatamente después de haber colocado el queso en la *tupina*.

La leche tradicionalmente utilizada para su elaboración era leche cruda de oveja; también admitía pequeñas cantidades de leche de cabra. Este queso servía para recuperar quesos curados que se habían estropeado, enranciado o estaban demasiado secos o, incluso, quesos que se habían *bufat* (hinchado) a causa de unas condiciones ambientales desfa-

vorables. Estos quesos se rallaban, se colocaban dentro de la *tupina*, se añadía leche de oveja, cruda o hervida, aceite y aguardiente o anís, y se dejaban fermentar.

Los actuales elaboradores de este queso recuerdan que antaño había quien lo salaba, en cuyo caso se hacía en el momento de triturar el queso y antes de introducirlo en la *tupina*, aunque era poco frecuente. Si quedaba demasiado suero en el queso, los métodos tradicionales para eliminarlo variaban: había quien dejaba reposar la masa para después recoger el suero de la parte superior y había quien fijaba el paño de algodón y colocaban la *tupina* al revés, para escurrir el suero. Se tiene conocimiento asimismo de unas *tupinas* que tenían orificios en la base, para dejar escapar el líquido sobrante (Canut, Navarro, 1980).

Como ya se ha mencionado, el *tupí* podía adicionarse con algún licor o aceite. Este último, además de una acción revulsiva para con los insectos, mitiga su sabor y lo hace más cremoso. La incorporación del alcohol antes de la fermentación favorece la acción de los fermentos y acentúa el proceso. Algunos elaboradores, sin embargo, consideraban que el queso debía fermentar por sí mismo e incorporar el licor después de la hervida. Actualmente, los productores que elaboran *tupí* para autoconsumo, mantienen esta postura.

Asimismo, había diversos criterios a la hora de remover el *tupí*: hacerlo periódicamente desde el primer día, dejarlo reposar hasta que se produjera la primera hervida, removerlo después o, incluso, hacerlo mientras duraba la hervida, para que todo el queso quedara bien impregnado. El *tupí* tenía que permanecer tapado con una gasa para impedir la entrada de insectos y otras impurezas, pero permitiendo la transpiración.

Tampoco había un momento determinado para realizar la elaboración, aunque se afirmaba que era mejor en primavera, para que el aumento progresivo de temperatura potenciara la fermentación. Aproximadamente, un mes después de *tupinarlo* (este término siempre se ha utilizado para referirse globalmente al proceso que abarca desde el rallado de los quesos curados, la introducción en la *tupina*, la adición de alcohol y el cubrimiento de la olla con un paño), el queso realizaba la fermentación y, a partir de este momento, ya podía consumirse o conservarse hasta dos o tres años. Sólo debía observarse si la masa se endurecía y, en

este caso, removerlo para evitar que se secase demasiado. En este supuesto, se añadía leche de oveja, aceite o una pequeña cantidad de licor. Algunas casas guardaban siempre un fondo de la *tupina* (restos de la última producción), a la cual añadían el queso nuevo para la fermentación. Los restos del queso antiguo realizaban el papel de «madre» para la nueva fermentación.

Esta variabilidad en los ingredientes y en los procedimientos producía también una gran variabilidad en los resultados. Cada *tupí* era diferente y cada casa consideraba que «su» *tupí* era el auténtico, afianzando su postura con llamamientos a la «tradición» y a las enseñanzas de los mayores. Por otra parte, no se concedía especial atención a elaborar cada vez el queso siguiendo los mismos procedimientos. Teniendo en cuenta que era un recurso para aprovechar los quesos estropeados, podía darse el caso de que un año no hubiera material para elaborarlo, que los quesos secos tuvieran un sabor distinto del de los agrietados, que variaban el licor porque no se disponía del mismo en casa, etc. O sea que, a pesar de considerar que cada casa elaboraba el «auténtico» *tupí*, podía ocurrir que éste variara de año en año, precisamente en la misma casa.

4. LOS NUEVOS PRODUCTORES

Es interesante señalar que, pese a los cambios que se han producido a lo largo de los años en la elaboración del *tupí* y en las condiciones socioeconómicas de la zona, hoy en día el *tupí* sigue respondiendo a dos características precisas: la variabilidad en los ingredientes, ya que se utiliza leche de oveja, de cabra y de vaca, y la variabilidad de los procedimientos, que responden a las mismas características que los tradicionales. En el punto en que se ha producido la mayor ruptura es en los actores que elaboran este queso y en el destino de su elaboración. En efecto, actualmente quedan muy pocas casas en las que se produzca el *tupí* para consumo propio, y como una forma de aprovechamiento de los recursos. Hoy, sus principales productores son los «neorurales», que han encontrado en el *tupí* una forma de recuperar y revalorizar de forma comercial una producción tradicional. Ellos son hoy en día los productores de los quesos artesanos del Pirineo, y se encuentran ubicados a menudo en los puntos más alejados y de más difícil acceso de la montaña.

El *tupí* que elaboran estos nuevos productores de forma artesanal intenta seguir el mismo procedimiento tradicional, aunque hoy en día se elabora con queso curado que no se ha estropeado en la mayoría de los casos, y que se ralla para *tupinarlo*. Así pues, se ha producido un cambio en el planteamiento de la elaboración del *tupí*, convertido en un producto estimado, cuya producción se realiza básicamente para comercializarlo. Durante tres o cuatro días se va removiendo el queso sólo y acto seguido se incorpora el alcohol, que ha aumentado su variedad, hasta el punto en que podemos encontrar *tupí* con whisky, oporto, brandy, calvados, orujo, anís, aceite e incluso *tupí* sin ningún licor añadido, aunque éste último constituye una excepción. La cantidad de alcohol adicionada es variable, en función de la intensidad de sabor que se desee. Una vez incorporado el alcohol, se continúa removiendo durante unos días y, para finalizar el proceso, se tapa la *tupina* con un paño y se deja fermentar. La producción de *tupí* en la actualidad oscila según cada productor, pero todos reconocen que se trata de una elaboración complementaria de la principal, compuesta básicamente de quesos curados, semicurados, *mató* o quesón y quesos en aceite.

Los nuevos productores de *tupí* se han convertido en el eje de la recuperación de este producto. Antes de entrar en cada caso particular quizás deberíamos precisar que utilizamos el concepto de neorural pero sin olvidar que éste mismo puede ser el tema de discusión. Ciertamente, cuando hablamos de neorurales, ¿a qué nos referimos? Utilizamos el concepto semántico de neorural, que implica una definición, una segmentación de la persona, como resultado de una tendencia general en una sociedad que cada vez es más compleja y precisa las esquematizaciones, pero el mismo concepto es poco clarificador y demasiado genérico. No obstante, lo tomamos como definición condicional de una serie de personajes que por diversas razones han abandonado el mundo urbano para instalarse en los núcleos rurales. Hay que decir que en los primeros años mucha gente se instaló en núcleos rurales de Cataluña, pero que en poco tiempo la mayoría abandonaron, volviendo a sus zonas de origen. El concepto de neorural incorpora la terciarización del sector, frente a la situación tradicional en estas zonas de primer sector. Los neorurales no acostumbran a ser agricultores o pastores; se produce una reconversión de los restos de aquella actividad primaria y su conversión en empresas. Esta terciarización del sector implica un grado muy eleva-

do de relación entre los neorurales y el sector turístico, que se basa en la elaboración de productos «típicos», «locales» (quesos, embutidos, hierbas, mermeladas, etc.) y que los consumidores adquieren como productos de calidad y con un fuerte valor añadido al propiamente organoléptico. En palabras de uno de ellos, «**los de Barcelona vienen aquí a comprar el aire, la montaña, las nubes... y están dispuestos a pagar por ello**» (4). Esta situación ha venido propiciada, en parte, por el fracaso en el intento de recuperar los modos de vida anteriores en la zona (5). Si la población rural, principalmente pastores y ganaderos, ha abandonado progresivamente la montaña por las dificultades de supervivencia (precios bajos de la leche, tierras cada vez más caras, falta de instalaciones básicas como el agua o la electricidad, falta de servicios básicos, etc.), era de prever que una nueva hornada de población no podía retomar las actividades caídas en desuso (Pallaruelo, 1990). A pesar de todo, algunos neorurales afirman que esto es precisamente lo que buscaban, que «**no nos importaba en un principio no tener luz ni agua, sólo cuando mi mujer dio a luz pensamos que podía pasar algo, pero todo fue bien...**». La mayoría afirman que ya sabían que no tendrían las mismas condiciones que en la ciudad, pero que les ha valido la pena. Aunque casi todos los neorurales en un principio intentaron cultivar la tierra y criar rebaños de vacas, cabras y ovejas, las dificultades se impusieron y unas nuevas alternativas sustituyeron a las primeras actividades, como la creación de pequeñas queserías y la cría sólo de rebaños de cabras. Estrategias que han dado en el clavo. Hoy en día, en las comarcas de la Cerdanya, Pallars Sobirà, Pallars Jussà y Alt Urgell, viven dispersos, en los núcleos más recónditos, neorurales que han consolidado sus empresas después de largos años de adaptación al medio. La mayoría de ellos están en contacto frecuente. Incluso ha sido creada la asociación «*Artisans Alimentaris del Pirineu*» que agrupa a siete productores de la zona. Esta asociación nació como iniciativa de uno de ellos, que «**nos animó**

(4) Para las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los «productos de la tierra», véase, en este mismo número, el artículo de E. Espeitx.

(5) Efectivamente, casi todos los neorurales instalados en el Pirineo catalán intentaron en un principio vivir de los rebaños de vacas y ovejas y de la venta de la producción lechera, pero acabaron abandonando de forma progresiva estas actividades para establecer únicamente rebaños de cabras. «**Las cabras no necesitan casi nada, se adaptan al terreno que encuentran..., y nosotros podemos elaborar los quesos**».

rando un saber, una técnica, unos usos queseros tradicionales (8), pero amparados por la mínima legalización que les ha permitido «encajar» su proyecto de vida rural con las exigencias legales de la Generalitat de Catalunya. Así, a pesar de vivir en casas rústicas, en cada caso encontramos unas instalaciones acondicionadas, el sistema mecanizado para la introducción de la leche en los depósitos, control de la temperatura para los quesos, moldes para la cuajada, lavaderos, etc. Los propietarios de una de las queserías viven en Músser (Cerdanya). Se trata de un matrimonio «mixto», o sea, él es un «neorural» y ella es hija de una familia del lugar. Están convencidos de que no podrían haber montado la empresa si no fuera así, porque han vivido en la casa familiar hasta hace poco y trabajan con el rebaño de cabras de su hermano. Elaboran principalmente quesos en aceite y macerados con hierbas, quesos curados y de forma ocasional *mató* y *tupí*. Les enseñó a elaborarlo la madre de la esposa, que recuerda que, en el pueblo (9), casi todas las casas lo hacían para su propio consumo, pero ya se ha perdido (10). Ellos elaboran el *tupí* sin adicionar alcohol y aprovechando la cuajada fresca de los quesos, por lo que resulta un queso cremoso, de color blancuzco y de olor poco intenso. Lo venden en su quesería de forma directa, sobre todo a personas ancianas de la comarca, a pesar de que también los turistas que visitan la zona acostumbra a probarlo.

En Bar (Cerdanya), un núcleo rural cercano a Músser, está ubicada otra de las pequeñas empresas dedicadas a elaborar quesos artesanos, esencialmente queso curado de cabra. La empresa es propiedad de un neorural que se instaló en el Pirineo y estableció su empresa en 1986. Posee un rebaño de cabras alpinas y elabora el queso en unas instalaciones adecuadas en la propia casa. Para él, el queso de *tupí* también es una elaboración complementaria de la principal y vende la mayor parte de su producción de forma directa, en su casa. De todas formas distribuye una parte de la misma en algunas tiendas de la comarca, sobre todo en

(8) Todos ellos han aprendido a elaborar el *tupí* con los habitantes de las comarcas que antaño lo elaboraban, pero también han realizado cursos para aprender a elaborar quesos y gestionar las queserías.

(9) Músser (Cerdanya) tiene cincuenta y dos habitantes.

(10) Es curioso constatar que las personas que emigraron de las comarcas del Pirineo y también la gente más joven a menudo confunden el *tupí* con el queso *cuat*. Cuando se clarifica que se trata de dos quesos distintos se suele aducir que «**como los dos son tan fuertes...**».

La Seu d'Urgell. El *tupí* lo elabora a partir de quesos curados, lo adiciona con calvados y lo presenta en tarros de cristal y en cuencos de cerámica artística.

Otra de las pequeñas empresas, creada por un neorural y dedicada a la elaboración de quesos artesanos, se encuentra ubicada en La Penella-Peramola (Alt Urgell). En este caso, la empresa es más antigua, nació en 1978 (aunque su legalización se realizó en 1985). Elabora queso curado, *mató*, queso con aceite, queso fresco a las finas hierbas y a la pimienta y *tupí*. El queso de *tupí* es de cabra, se adiciona con aguardiente y se envasa en pequeñas *tupines* de cerámica. Vende su producción personalmente en tiendas de la comarca y, asimismo, sigue las distintas ferias de artesanía. Según un folleto de Castell-Llebre, el queso de *tupí* «... se elabora con el método tradicional que se viene utilizando durante siglos».

El cuarto de los productores adheridos a la «*Associació d'Artesans Alimentaris del Pirineu*», es una empresa situada en Ossera (Alt Urgell), desde 1978. Sus propietarios elaboran queso de cabra curado y *tupí* de cabra, a partir de un queso fresco escurrido adicionado con aguardiente de vino, que se deja fermentar solo y durante dos meses se va removiendo para que se oxigene y para evitar que se formen grumos. En este caso, el *tupí* se comercializa en tiendas de la Seu d'Urgell y en tiendas y restaurantes de Barcelona.

Un caso totalmente diferente es el de una joven empresa ubicada en Sort (Pallars Sobirà), que nació en enero de 1995 de la mano de dos profesionales de Barcelona que estaban más o menos vinculados a la comarca y que decidieron establecer una empresa dedicada a elaborar los productos locales con tradición en la zona (embutidos como el *xolís*, mermeladas, confituras, *all-i-oli de codony* y quesos). Finalmente, la empresa se ha especializado en la producción de quesos curados. Por las mismas razones aducidas por los demás elaboradores, quisieron recuperar el queso de *tupí* y para ello recurrieron a un productor de la comarca del Pallars Jussà que lo elaboraba. Al principio le llevaban la leche de vaca, que compran a cinco ganaderos de la comarca, y que también participan de la empresa, para que lo elaborara. Se trata de un anciano propietario de una panadería en un núcleo cercano a La Pobla de Segur (Pallars Jussà), el cual decidió elaborar el queso «que los pastores de la

zona siempre habían hecho, porque nadie lo hacía ya». Este productor se lamenta de que dejó de hacerlo porque no cumplía las condiciones de instalaciones que le exigía la normativa. Esta situación es única, dado que los fundadores de la empresa han tenido muy claro que se dedicaban a la elaboración comercial de quesos frescos y curados desde el principio, y no intentaron criar ganado en un primer momento, aunque confiesen que **«querían subir a vivir aquí»** hacía ya tiempo. Desde hace unos meses, elaboran su propio *tupí* y sus propietarios aseguran que comienza a aumentar la demanda de este queso. Para promocionarlo, han editado un folleto el que se explican cómo se elabora y se sugieren diversas posibilidades para su consumo, que abarcan desde el *tupí* extendido en una tostada hasta la combinación de *tupí* con *all-i-oli de codony*. Esta joven empresa ganó la Medalla de Oro de la feria de productos artesanos que se celebró en octubre de 1995, en La Seu d'Urgell, con su queso de *tupí*. Los artesanos de las comarcas del Pirineo están muy satisfechos por la celebración de esta feria, que permite dar a conocer sus productos a productores de Asturias y el País Vasco y asimismo promocionarse de cara a la comercialización en la zona.

Finalmente, el **«tupí de Altron»** (Pallars Sobirà), de alguna manera se sitúa en el intermedio de los diferentes casos que hemos visto. Este caso en particular resulta muy interesante, por cuanto sus protagonistas integran las diferentes condiciones de agricultores, «neorurales» y productores. En efecto, se trata de un matrimonio que vive en Altron desde 1975, cuando llegaron a la comarca para instalarse en una casa arrendada a un antiguo propietario. Pese a que el esposo nació en Altron, comentan que siempre los han considerado **«de fuera»**. Durante quince años se dedicaron a la cría de vacas lecheras, pero en 1990 se plantearon diversificar su producción. Así nació **«La peça de l'Altron»**, marca que acredita los quesos curados y en aceite, además del *tupí*, que aprendieron a elaborar gracias a un anciano vecino de una localidad cercana, una de las pocas personas que aún hoy elabora este queso para consumo propio. Este productor, que vive en un pueblo prácticamente abandonado, pese a considerar que el *tupí* que actualmente se comercializa es correcto, cree que para hacer el **«auténtico tupí hay que cuajar el queso con herbacol»**, una planta que cultiva en su huerto y que hoy en día ya nadie utiliza. Para cuajar los quesos se utiliza cuajo animal o químico. Este productor es una excepción. Se trata de un ganadero jubilado que ya

hace años abandonó el rebaño, pero que continúa manteniendo el huerto y elaborando queso con la leche de seis vacas que todavía conserva.

Para los creadores de «La peça d'Altron», la dedicación a la elaboración de queso ha representado un importante cambio en sus vidas. Este matrimonio también puede considerarse neorural, puesto que marcharon de la urbe **«huyendo del tumulto, de la falta de comunicación, para conocer y comunicarnos con otras personas»**. Desde 1975, año en que comenzaron con la cría de vacas lecheras, han intentado estimular la implantación de novedades en Altron (11). Estos productores siempre se han mantenido informados de las posibles ayudas oficiales para el ganado y para su nueva actividad como elaboradores de queso y las han aprovechado. Entre otras cosas han aceptado formar parte de un estudio de la Generalitat de Catalunya según el cual se comprometen a dar los datos económicos del funcionamiento de su explotación a la Oficina de Extensión Agraria, para que la Administración pueda conocer el rendimiento de las explotaciones de alta montaña. Por otra parte, han sido pioneros en modificar los hábitos de cuidado de los animales, cambiando el encierro diario de las vacas por dejarlas pacer en el campo y ducharlas con periodicidad, actividades que sus vecinos consideraban erróneas, aunque progresivamente fueron imitándolos.

Hoy en día, cuentan en su explotación con una treintena de vacas lecheras, aunque venden sólo la mitad de la leche y el resto la transforman ellos mismos, porque consideran que ha sido la única manera de **«salir adelante, de salir a cuenta»**. Lo cierto es que la mecanización progresiva en el cuidado de las vacas y en el ordeño y la poca dedicación al campo les deja un margen de tiempo considerable durante el invierno, que han canalizado en su quesería.

Pese a que hasta el momento han llevado a cabo todo el proceso de elaboración en una instalación adjunta a la casa y el proceso de curado y conservación en el sótano de la misma, la normativa institucional les ha

(11) En un principio, intentaron adquirir maquinaria conjuntamente, pero la dificultad que suponía ponerse de acuerdo en los turnos de utilización provocó que acabara perdiéndose la cooperación. Ellos afirman que **«precisamente por no haber encontrado ayuda al llegar nosotros, ahora queremos ayudar si viene alguien nuevo»**. En efecto, un grupo de jóvenes del área de Barcelona llegaron a Altron para intentar encontrar un sitio para vivir y alguna actividad para ganar dinero y han encontrado el apoyo de este matrimonio.

llevado a un cambio de orientación y han empezado a construir una que sería conforme a las exigencias legales. Para ello han recibido una subvención, aunque se quejan de que **«son demasiado estrictos en cuestiones de instalaciones e higiene»**. Asimismo, quieren solicitar convertir la parte superior de la quesería en *Residència-casa de pagès* (12), para explotar el turismo rural en alza, aunque consideran que las condiciones son muy duras, puesto que las ayudas llegan con posterioridad a su establecimiento. Este cambio de ubicación plantea dudas respecto al tratamiento de los quesos, dado que las condiciones ambientales serán distintas, y aparece la duda sobre si el resultado en los quesos será el mismo. En efecto, pese a que la temperatura ambiental está controlada, realizaban pruebas para ver si los quesos maduraban en las mismas condiciones que los quesos elaborados en la antigua instalación, que ellos consideran que era **«más auténtica, porque aquí siempre se han hecho los quesos de esta manera»**.

Además de estos productores que venden los quesos dentro de un circuito comercial, hay algunas familias que elaboran quesos curados y *tupí* para autoconsumo. Una parte de su producción la reparten entre parientes y vecinos, pero también se efectúa venta directa. No hay ningún control sobre esta producción.

5. PROTECCIÓN Y NORMALIZACIÓN DEL TUPÍ

En la compleja evolución que ha sufrido la producción láctea de las comarcas del Pirineo, mientras que los quesos curados han mantenido su estatus, el *tupí* ha ido emergiendo de su carácter doméstico para convertirse en símbolo de lo que la vida rural fue y de su evolución hasta el presente, convirtiéndose en una posibilidad para el futuro dentro de las políticas denominadas de «desarrollo rural integrado». Estas políticas refieren a un debate que cuestiona los caminos que deben seguirse para evitar la desertización del mundo rural, al mismo tiempo que reflexionan sobre las condiciones que han llevado a la actual situación (Etxezaretza, 1987).

(12) Véase *El turismo rural. Les residències-cases de pagès*. Diputació de Barcelona, 1989.

En definitiva, constatamos un cambio esencial en los actores que elaboran el *tupí*. Ha pasado de los pastores que vivían en alta montaña y que, así, realizaban un aprovechamiento de recursos, a los neorurales instalados en el Pirineo catalán desde hace unos veinte años, y que lo elaboran como complemento a su producción de quesos curados y en aceite. Para los habitantes de las comarcas del Pirineo, el *tupí* forma parte de su historia pasada, pero también del presente. Y las técnicas de elaboración y conservación, que hemos visto que se caracterizan precisamente por su variabilidad, siguen siendo las mismas que antaño. Esta variabilidad no es fruto de la casualidad, puesto que responde a un aprovechamiento de recursos y siendo cada caso diferentes, los protagonistas compartían una misma problemática (escasez de recursos, soledad, etc.). Este dato es esencial y da cuenta de las elecciones culturales y de los particularismos que participan en la identidad del grupo o de la comunidad que los elabora y los consume. Las técnicas de elaboración del *tupí* no son complejas, no son el factor que lo caracteriza, sino que lo que en realidad caracteriza a este queso es la variabilidad intrínseca de los procedimientos y los ingredientes que participan de su elaboración.

La evolución del *tupí* es ilustrativa de los cambios sociales y económicos que se han producido en el Pirineo (emigración, abandono de los rebaños y las tierras para dedicarse a otras actividades, aparición de los neorurales) pero también es representativa de los cambios en los hábitos de consumo, como se recoge en el artículo de E. Espeitx. Estas circunstancias han cristalizado en el interés creciente de las instituciones por «proteger y normalizar» los productos típicos, locales. Para ello, hace años que se ha puesto en marcha la implantación de distintas denominaciones que legitiman de una u otra forma la autenticidad, la calidad y el control de dichos productos.

6. LAS DENOMINACIONES

Antes de ver cómo se puede enmarcar el *tupí* en las directivas comunitarias de protección geográfica, hay que distinguir entre las denominaciones que se otorgan en Cataluña, en el Estado español y en la Unión Europea, que en algunos casos se corresponden y en otros casos no.

En España, la primera protección legal, que fue exclusiva para los vinos, se remonta al año 1933, en el Estatuto del Vino. Aunque la defini-

ción de Denominación de Origen más aceptada internacionalmente es la que contiene el artículo segundo del Convenio de Lisboa de 1958, relativa a la protección de las denominaciones de origen y su registro internacional: «se entiende por denominación de origen la denominación geográfica de un país, de una región o de una localidad que sirve para designar un producto originario del lugar en cuestión, la calidad o las características del cual se deban exclusivamente o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos». Esta definición ha sido recogida por la mayoría de las legislaciones de los países de la CEE.

Posteriormente, la Ley 25/70, *Estatuto de la Viña, el Vino y los Alcoholes*, define el concepto de *Denominación de Origen* como «el nombre geográfico de la región, comarca, lugar o localidad empleado para designar un producto que tenga cualidades y caracteres diferenciales, debidos principalmente al medio natural, a su elaboración y crianza». En esta disposición se define asimismo el nombre de región, comarca o localidad como «el empleado para designar la procedencia de un producto cuando alcanza con carácter permanente una amplia difusión y conocimiento en el mercado nacional o, al menos, un notable prestigio a escala regional, o bien haya desarrollado mercados en el exterior». En esta disposición se incluye la posibilidad de establecer protección para el empleo de *Denominaciones de Calidad* utilizadas en la comercialización de productos con particulares características de elaboración, producción o calidad. Estas *Denominaciones de Calidad* fueron reguladas en 1985, entendidas como aquellas aplicadas a un producto que tiene cualidades diferenciales entre los de su misma especie, debidas a la materia prima de base, al medio natural o a los métodos de elaboración.

En 1988, mediante Decreto, se dictaron las normas a que debían ajustarse las *Denominaciones de Origen* de productos agroalimentarios no vínicos. Dentro de este marco normativo, este régimen se hizo extensivo al aceite de oliva, al queso, al jamón curado, a las alubias, las lentejas, los garbanzos, el arroz, los espárragos, los pimientos, las carnes frescas y los embutidos curados, los productos ecológicos, la miel, los frutos secos, los turrones, las frutas de hueso, las fresas, los fresones, la chufa y la horchata. Para realizar una ampliación de esta lista hay que elevar una propuesta al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

El procedimiento para acceder a una Denominación pasa por la petición a la administración competente, que evalúa el cumplimiento de los requisitos y designa un Consejo Regulador, formado por productores, transformadores y comercializadores, y que redacta el Reglamento de la Denominación de Origen o Específica. En el Reglamento se recogen los aspectos básicos que definen el producto amparado por la Denominación, se establecen las condiciones de permanencia a la misma, los derechos y obligaciones de los representantes, etc., así como la delimitación de la zona de producción y transformación, el control a que deben someterse los productores y transformadores, y todos los requisitos que se reconozcan como necesarios para garantizar la naturaleza y calidad de los productos. En 1995, España contaba con 23 productos con Denominación de Origen y 52 productos con Denominación de Calidad. Los productos que ostentan una de las dos denominaciones se distinguen por un distintivo o logotipo de diseño especial, y en la etiqueta figura el nombre de la denominación junto con la leyenda «Denominación de Origen» o «Denominación de Calidad».

Cataluña, actualmente, cuenta con cuatro tipos de denominación. La Denominación de Origen se corresponde con la española y ostentan esta calificación ocho vinos, el aceite de Les Garrigues, el aceite Siurana y la avellana de Reus. La segunda denominación es la de *Qualitat*, establecida por el Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca, en el Decreto 33/1983 con «la finalidad de proteger el origen y la calidad de aquellos productos agroalimentarios de Cataluña que pese a presentar características especiales y pese a proceder de una zona geográfica de producción concreta, por haberse obtenido mediante métodos de producción o de elaboración típicos o por mostrar unas características diferenciadas respecto a otros productos de calidad similar, no podrían acogerse al régimen de las denominaciones de origen». Este Decreto define la denominación de calidad como «nombre de una zona geográfica que sirve para designar un producto agroalimentario del cual es originario y que presenta una calidad, una reputación u otra característica que se puede atribuir al medio y que la producción y/o transformación y/o elaboración se hace en esta zona». Las *Denominacions de Qualitat* deben disponer de un reglamento específico en el cual se defina el producto, se limite la zona de producción y se fijen las condiciones de elaboración y las características del producto. Se rigen y son representadas mediante un Con-

sensu que vela por el cumplimiento del Reglamento y la promoción. Actualmente, existen 23 Denominaciones de Qualitat y una de ellas se refiere al Queso de l'Alt Urgell-Cerdanya, dos de las comarcas que elaboran *tupí*. Pero el queso reconocido con denominación es definido como aquel elaborado con leche de vaca pasteurizada, madurado, de tipo pasta prensada no cocida, con ojos mecánicos o sin ellos.

La *Marca de Qualitat* es la tercera denominación con que cuenta Cataluña. Creada y registrada por el Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca (DARP), Decreto 362/86, se otorga a «aquellos productos alimentarios que, sin proceder de una zona geográfica concreta dentro del territorio de Cataluña, gozan de unas características diferenciales respecto a otros similares, que cumplen un reglamento en su nivel superior y se someten a un control periódico hecho con una entidad externa y especializada». Esta marca permite identificar a los productos que cumplen estas condiciones y consiste en un lacre rojo con una «Q» dorada en el centro. Este distintivo es una marca registrada, propiedad de la Generalitat de Catalunya y su utilización concierne a las empresas que la soliciten para alguno de sus productos. También se otorga esta marca a las denominaciones de origen y a las denominaciones de calidad que cumplan estas condiciones. En este caso no hay ningún consejo provisional al cual se le encomiende la redacción del reglamento, sino que éste lo elabora el DARP con miembros del sector interesados en acceder a la Marca Q. En el reglamento figuran las exigencias que se refieren principalmente a la denominación del producto, materias primas, elaboración, etiquetaje, venta, utilización de la marca de calidad y control de la calidad. En estos momentos seis productos han accedido a la Marca de Qualitat. Uno de ellos, reconocido con la Marca «Formatges Q», se refiere a los quesos frescos y los quesos madurado del tipo pasta prensada no cocida, elaborados por empresas situadas dentro del territorio catalán, con leche de vaca. Obviamente, el *tupí* no responde a las exigencias de esta denominación. Las empresas que elaboran los dos tipos de queso con denominación no responden a las características de las empresas que elaboran el *tupí*.

Por último, una cuarta denominación, «*Denominació Comarcal de Productes Alimentaris*», acoge a los productos «típicos», locales, con una tradición de elaboración y consumo y fuertemente anclados a un lugar determinado. Fue creada con la finalidad de distinguir una serie de

productos propios de cada una de las comarcas catalanas merecedores de una protección especial. Acostumbran a ser productos con una denominación específica de la localidad o comarca a la cual se adscriben y sus elaboradores y consumidores los reconocen como propios. Asimismo, estos productos no cuentan con una elevada producción ni un mercado más extenso que el de la comarca a la cual pertenecen. Con su denominación se pretende potenciar su elaboración, dar apoyo a través de las instituciones para clarificar su origen (13) y participar en la ampliación de los canales comerciales. Esta denominación, por otra parte, garantiza que el producto cumple la normativa vigente y es sometido a controles periódicos. Asimismo, hace hincapié en la revalorización, en especial de los productos que proceden de la montaña, y pretende «evitar de esta manera el fraude que comporta una referencia de este tipo cuando no es procedente». Dado el desarrollo creciente del turismo rural y de las actividades que conlleva, desde las instituciones se teme que se produzca un abuso en cuanto a los nombres y a los productos.

El reglamento de esta denominación no se establece para productos sino para comarcas, y recoge las «características de tipicidad o tradición, producción y/o elaboración de los productos amparados, etiquetaje y control, que lleva a cabo la Comisión Comarcal de Certificación». En 1995, existían 42 denominaciones comarcales, correspondientes a 14 comarcas catalanas. Otros productos están pendientes de aprobación. Entre ellos se encuentran quesos frescos como el «*mató*» y curados, de cabra y de vaca. El *tupí* puede enmarcarse en esta denominación. Pero la denominación comarcal no tiene correspondencia con las denominaciones europeas. En todo caso, las distintas comarcas que elaboran el *tupí* pueden solicitar la Denominación Comarcal por separado.

Estas denominaciones conforman el conjunto reglamentario de los productos de calidad españoles y catalanes, que deben encontrar su lugar en el marco de las reglamentaciones europeas.

Efectivamente, el reconocimiento de una Denominación de Origen debe partir, con carácter general, de un primer impulso administrativo

(13) Por ejemplo, en el caso del *gall del Penedès*, el IRTA (Institut de Recerca i Tecnologia Agroalimentària), ha investigado el origen de la raza del animal.

autonómico, para después ser ratificado a nivel estatal y trasladado finalmente a la Comisión Europea. Antes de ver como podría o no encajar el *tupí* en esta situación conviene dar una ojeada a las reglamentaciones europeas. Para empezar, la Unión Europea está constituida por países con diferentes modelos agroalimentarios, los cuales responden a condiciones agroclimáticas muy distintas. Unas situaciones diferentes que han tenido como consecuencia una aproximación desigual, llegando a veces al litigio, en la protección de las denominaciones. En el caso del Estado español, la aproximación a las indicaciones de procedencia se realizó en primer lugar para el vino y, mucho más recientemente, para los demás productos agroalimentarios. Para ellos se han establecido medidas de protección frente a las prácticas comerciales conducentes a la utilización indebida de nombres geográficos. La iniciativa de Francia, España, Italia, Grecia y Portugal fue decisiva para que la Comisión elaborara un documento, que fue aprobado en julio de 1992, relativo a la protección de las Indicaciones Geográficas Protegidas y de las Denominaciones de Origen Protegidas de los productos agrícolas y alimentarios (Nieto, 1996).

Las Denominaciones de Origen españolas se corresponden con la categoría de Denominación de Origen Protegida (DOP) recogida en el Reglamento y las Denominaciones de Calidad a la de Indicación Geográfica Protegida (IGP). El Reglamento exige la elaboración, por parte del grupo de productores interesados en el reconocimiento de la DOP o IGP de un «pliego de condiciones» de acuerdo con el cual se elaborarán los productos amparados. Dicho pliego de condiciones debe contener el nombre del producto agrícola o alimenticio, con la DOP o la IGP; la descripción del producto agrícola o alimentario, incluidas las materias primas y las principales características; la delimitación de la zona geográfica; los elementos que prueben que el producto es originario de la zona; la descripción del método de obtención, elaboración y transformación la referencia a los organismos encargados de la realización del control; los elementos específicos del etiquetado vinculados a las menciones DOP o IGP, según los casos, y otros requisitos comunitarios o nacionales (Juste, 1996).

Una importante novedad que introduce el reglamento es la definición de un procedimiento de registro en el que cabe la oposición, por parte de quienes se consideren lesionados en sus intereses, al registro de

una DOP o IGP. De la misma manera, existe la posibilidad, una vez registradas, de denunciar el incumplimiento de lo establecido en el pliego de condiciones, pudiendo llegar a ser suprimidas del registro. Por el momento no se ha producido ningún reconocimiento a nivel comunitario de las 1.300 solicitudes de registro presentadas por los Estados miembros a principios de 1994.

Además de las DOP e IGP, se ha establecido otro reglamento a escala europea, la Certificación de Especificidad, destinado a proteger el carácter tradicional de un producto. La elaboración de este reglamento no estuvo exenta de conflictos. En efecto, una protección de orden cultural implica a muchos protagonistas y debe hacerse eco de numerosas variaciones. Por lo que respecta a los productos que ya tienen una Denominación de Origen o una Denominación de Calidad, hemos visto que su definición es escueta y sus fronteras perfectamente delimitadas. Pero, ¿qué ocurre con los productos locales? ¿Responden a las exigencias comunitarias referentes a delimitación geográfica, métodos de producción y comercialización, control higiénico, etc.? Para poder acceder a una protección comunitaria ¿deberán ser manipuladas sus características? Más concretamente, el *tupí*, nuestro objeto de estudio, ¿tiene cabida dentro del marco de la normativa legal comunitaria? Si no es así, tal vez la mejor carta que pueden jugar estos productos locales y sus elaboradores, los neorurales, es aprovechar el creciente interés que están despertando en las instituciones en la política de lucha contra la despoblación de las zonas rurales y el interés en el desarrollo económico local. En Cataluña, hace más de treinta años que se inició una lenta pero continuada sangría de los núcleos rurales hacia las grandes urbes, concretamente hacia el área metropolitana de Barcelona, que parece que ha iniciado una lenta recesión, entre otros factores por la implantación de las pequeñas empresas dedicadas a la elaboración de productos agroalimentarios.

No obstante, para acceder a las protecciones comunitarias hay que poseer una Denominación de Origen o una Denominación de Calidad, que ninguno de los productos elaborados en estas condiciones posee. Asimismo, sería muy complejo para los productores iniciar los trámites exigidos para acceder a ellas, primero a escala nacional y después a nivel europeo. Además del coste económico que ello supondría, hay que tener presente la dificultad organizativa, esto es, que los intereses y las

actuaciones de los productores coincidieran. Aunque algunos productores están agrupados como «Artesans Alimentaris del Pirineu», lo han hecho con fines promocionales dentro de las comarcas, con la publicación de un folleto. Ni mucho menos se han planteado la posibilidad de elaborar un pliego de condiciones. Es cierto, en cambio, que no suelen estar mal informados, puesto que en su totalidad han aprovechado las posibilidades de recibir ayudas oficiales (de la Generalitat de Cataluña, a través de los DARP), tanto en los casos de cría de ganado como a la hora de establecer las instalaciones de las queserías.

A la dificultad organizativa hay que añadir otra cuestión, a mi parecer trascendental. No hay una única manera, una única técnica para elaborar *tupí*. Cada productor, en las distintas comarcas, piensa que debe primar un aspecto sobre los otros y considera que el «auténtico *tupí*» es «su *tupí*». Las principales variaciones, que ya hemos constatado, consisten en determinar el tipo de alcohol, el grado en que debe incorporarse y el momento, qué leche (cabra, vaca u oveja) debe utilizarse, así como el tiempo que debe dejarse fermentar el queso. Todas estas cuestiones básicas porque establecen el sabor del queso y su aceptación por los consumidores. ¿Cómo podrían elaborar un pliego de cargos que determine las fases de elaboración del producto si cada uno de ellos ha impregnado al producto de su bagaje personal, constituido por los saberes, las técnicas, los hábitos de consumo heredados? Pero las reglamentaciones europea y nacional exigen de los productores un acuerdo en la elaboración de este pliego de condiciones. En esta exigencia se hace hincapié en la normalización de los productos, pero ¿es ello realmente posible? Debe plantearse si es necesaria en realidad esta «estandarización», porque con ella se pierde la variabilidad intrínseca del *tupí*. Más aún, habría que decidir qué variedad se elige como la correcta, privilegiándola por encima de las otras, que se verían discriminadas. Si se quiere reconocer el bagaje de estos productos «típicos», del «terruño», en las denominaciones europeas habrá que replantearse el procedimiento, porque en caso contrario se perderá buena parte de la tipicidad con la homogeneización de sus variantes.

Respecto a la Certificación de Especificidad, que pretende proteger el carácter tradicional del producto, pero dejando de lado su relación con un lugar preciso, al desgajar la dimensión tradicional del producto

de su origen geográfico y de su relación con sus facetas locales, se deja la puerta abierta para que cualquier empresa interesada en comercializar este producto obtenga sin dificultad una CE para el producto, definido a partir de un pliego de condiciones. De acuerdo con este pliego, sólo podrían utilizar el nombre del producto aquellos acreditados, con lo cual podría darse la paradoja de que los actuales elaboradores de *tupí* no pudieran hacerlo. Para hacerlo, deberían acogerse a la fabricación protegida jurídicamente. Esta situación dejaría al descubierto al *tupí* y, más aún, daría a entender que es posible «deslocalizar» a los productos tradicionales (14). ¿No se había acordado que se caracterizaban por su profunda relación con un lugar, una tradición, unas técnicas y unos usos? Por otra parte, hay que reconocer que la puesta en marcha de la reglamentación europea limitará la apropiación abusiva de denominaciones reputadas localmente. Parece que la legislación no ha tenido en cuenta todas las implicaciones de un dispositivo como éste. El hecho de que la Indicación Geográfica Protegida (IGP) y la Denominación de Origen Protegida (DOP) privilegien la fijación del producto en el espacio, mientras que la Certificación de Especificidad (CE) pone el acento sobre la relación del producto en el tiempo, su carácter tradicional, no está exento de problemas. Se trata de una cuestión compleja, que implica los diferentes procedimientos de elaboración, los diferentes usos y hábitos de consumo, todo ello transmitido de generación en generación, y que requiere un examen atento para comprender todas las dimensiones que adquiere como producto local. Si la legislación interpreta que un producto local puede deslocalizarse, nos encontramos ante un desfase, entre la rigidez normativa y la realidad de los productos locales, porque la realidad no es tan formal como la legislación pretende, el *tupí* extiende su zona de elaboración de una forma irregular a través del Pirineo y otro tanto pasa con la variabilidad en los procedimientos. Cada variante tiene su estatus particular y diferenciado (15), que la legislación no reconoce ni protege. Si deja la puerta abierta a la apropiación por parte de

(14) Esta problemática trasciende fronteras, y podemos encontrar variados productos locales que se enfrentan al «encaje» con las normativas. Ver por ejemplo, el artículo de G. Pignon en este mismo número.

(15) Habría que detenerse en cada caso particular, en el *tupí* que se elabora con leche de cabra, el que se elabora con leche de vaca, el que se elabora con leche de oveja; si lo elaboran neorurales o se produce para autoconsumo; en qué comarcas tiene mayor incidencia, etc.

los industriales de estos productos, se privilegia el factor económico. Porque es cierto que el *tupí* tiene una elaboración sencilla, que desde el sector industrial puede absorberse con facilidad. Con más facilidad aún el mencionado sector puede realizar sus campañas de lanzamiento, muy lejos de las posibilidades reales de promoción de sus actuales productores. Y la práctica de venta directa de los productos «típicos» contribuye a mantenerlos en una situación de indefinición, en la que nada se opone a la apropiación de las denominaciones locales por parte de los productores «de imitación», que se apoyan en el aprovisionamiento exterior y sus procedimientos tomados de la industria para responder a la demanda de especialidades regionales, particularmente fuerte durante la estación turística. Aunque también es cierto que los productos locales tienen una baza a su favor en cuestiones de consumo: el carácter «típico» reconocido a los quesos y a la charcutería, entre otros, se asienta sobre los sistemas de ganadería y de transformación extensiva, en los que las intervenciones técnicas son en esencia indirectas.

Si los productos locales no responden a las exigencias de la reglamentación europea en materia de protección y normalización, otro tanto puede decirse respecto a la reglamentación en materia de higiene. Esta reglamentación se aplica a todas las fases de elaboración de los productos, tanto en lo que se refiere a la elaboración y transformación, como en lo que se refiere al envasado, el transporte y la distribución. Se trata de una reglamentación aplicable a los sectores de actividad de la alimentación que elaboran y venden productos directamente a los consumidores. Con ella se pretende inspeccionar las instalaciones de los productores para comprobar que están conformes con la normativa higiénica, dado que estos productos circularán sobre el conjunto de mercados comunitarios. Los productos locales, como el *tupí* no tienen la configuración que se les exige. Pese a ello, es cierto que las normativas legales en cuanto a higiene de la Generalitat de Catalunya ya han hecho mella en ellos. Decíamos anteriormente que uno de los productores de *tupí* estaba construyendo una edificación para acoger su casa, la quesería y una «*Residència-casa de pagès*». Para ello ha debido someterse a rigurosas inspecciones que determinan básicamente las condiciones de elaboración de los productos. Y poníamos en duda que el *tupí* saliera incólume de estos cambios en las condiciones. Si quisiera acogerse a la normativa europea, este productor, y los demás, deberían hacer un enorme esfuerzo

financiero para adecuar las instalaciones y la maquinaria precisa que quizás no quieren o no pueden asumir. Quienes sí podrían asumirlo, nuevamente, serían los industriales del sector, que sí pueden y que entran dentro de la lógica tanto de los reglamentos de protección como de las costosas medidas sanitarias. Éstas, además, tienen como efecto la transformación de las prácticas profesionales y la imposición de una nueva concepción de los procesos de fabricación.

En definitiva, puede parecer paradójico que al mismo tiempo que se otorga a estos productos una creciente importancia, a nivel nacional y europeo, en las políticas de lucha contra la despoblación del mundo rural, se olvide que son sus específicas características las que podrían generar estrategias para una mejor gestión del territorio y evitar el abandono de la vida rural. No podemos imaginar cómo se asimilaría la elaboración de un producto artesanal, doméstico, elaborado en los sótanos húmedos de las casas, con un procedimiento y unas fases de elaboración variables y una distribución comercial irregular (directa e indirecta), a la rigidez de las reglamentaciones europeas sin perder ni un ápice de su dimensión cultural y patrimonial. Hemos podido observar que las diferentes variantes del *tupí*, tanto en lo que respecta a los ingredientes como a las técnicas de elaboración, como a sus elaboradores, junto con su elaboración estrechamente relacionada con un lugar, son los elementos que contribuyen a construir la especificidad de este producto. Más aún, la diversidad de sus variantes y su intrínseca variabilidad se inscriben dentro de una cultura local e histórica particular, que le otorga todo su sentido. Estos factores son los que enfrentan al producto con el cuadro reglamentario europeo, porque proteger este producto desde la perspectiva del cuadro reglamentario europeo significa «normalizarlo», con lo cual se perderían las características que lo configuran.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUSTÍ, M.: *Llibre dels secrets d'agricultura, casa rústica i pastoril*. Alta Fulla, Barcelona, 1988.
- AINAUD, M.; GANYET, F.; MAJORAL, J. y PRAT, J.: *Jornades d'estudi sobre les zones de muntanya. Generalitat de Catalunya*. Barcelona, 1990.

- BEM (BANCO D'ESTADISTIQUES MUNICIPALS): Consorci d'Informació i Documentació de Catalunya. 1985.
- BÉRARD, L. y MARCHENAY, Ph.: «Lieux temps et preuves: la construction sociale les produits de terroir», en *Terrain*, n.º 24, pp. 153-164, 1995.
- CASABIANCA, M. y DE SAINTE, S.: «La typicité, est-elle normalisable? Reflexions autour des epreuves sensorielles», en *Séminaire Qualification des produits et des territoires*. Toulouse, 1995.
- COLLECTION CATALUNYA COMARCAL: *El Pallars Sobirà. Estructura socio-econòmica i territorial*. Caixa de Catalunya. Barcelona, 1983.
- DELFOSE, C.: «Nom de pays et produits de terroir. Enjeux des dénominations géographiques», en *Espace géographique*, 1995.
- DEPARTAMENT D'AGRICULTURA, RAMADERIA I PESCA: *Agricultura i medi rural al Pirineu català*. Generalitat de Catalunya. Barcelona, 1981.
- DEPARTAMENT DE POLITICA TERRITORIAL I OBRES PUBLIQUES: *Estudi demogràfic de la comarca del Pallars Sobirà*. Generalitat de Catalunya. Barcelona, 1987.
- DIPUTACIÓ DE BARCELONA: *El turisme rural. Les residències-cases de pagès*. 1989. «Etnologia pallaresa. Homenatge a Ramon Violant i Simorra», en *Escudella-2*, Tremp, 1981.
- ETXEZARRETA, M.: *El desenvolupament rural integrat 2*. Diputació de Barcelona, 1987.
- CANUT, E. y NAVARRO, I.: *Els formatges de Catalunya*. Alta Fulla, Barcelona, 1980.
- GENERALITAT DE CATALUNYA: *Estudi socio-sanitari de les comarques del Pallars Sobirà i Pallars Jussà*. Barcelona, 1987.
- GENERALITAT DE CATALUNYA: *L'Alt Urgell. Pla comarcal de muntanya*. Barcelona, 1991.
- GENERALITAT DE CATALUNYA: *Pla comarcal de muntanya. La Cerdanya*. Barcelona, 1991.
- JUSTE, A.: «Las denominaciones de origen y de calidad en el modelo agroalimentario español», en *Alimentos de España*. Madrid, 1996.
- INIESTA, M. y FEIXA, C.: *El patrimoni etnològic a les comarques de l'Alt Pirineu*. Collegats, 1990.
- LETABLIER, P. y NICOLÁS, M.: «Genèse de la typicité», en *Sciences des aliments*, 14. 1994.

- LLUIS, J.: *Records de la meva vida de pastor*. Barcino. Barcelona, 1964.
- NIETO, B.: «Denominaciones de origen y específicas en España», en *Alimentos de España*. Madrid, 1996.
- PALLARUELO, S.: «Pastores del Pirineo. Método y gentes», en *Sobre cultura pastoril*. CIAE. IV Jornadas de Etnología. La Rioja, 1990.
- PLÁ, I. y CIVÍS, J.: *El Pallars Sobirà i la seva cuina*. Ed. La Campana. Barcelona, 1995.
- PUNTÍ, A.: *El formatge*. Marc Roger. Barcelona, 1983.
- SABARTES, J. M.^a: *L'exode pallarès. Crisi demogràfica i devallada poblacional als Pallars i a l'Alta Ribagorça (1857-1991)*. Garsineu Ed., Tremp, 1993.
- SEGON CONGRES CATALÁ DE CUINA: «Produccions agrícoles, ramaderes i pesqueres de qualitat a Catalunya». Generalitat de Catalunya, 1994.
- VIDAL, T.: «La despoblació del camp catalá i el problema de la ruralitat», en *Catalunya Agrícola*, 18. 1993.
- VILARRASA, S.: *La vida dels pastors*. Ripoll, 1935.

PALABRAS CLAVE: Variabilidad alimentaria, normalización alimentaria, neorural, producción local, autoconsumo, Denominación de origen, sector quesero, Cataluña.

RESUMEN

Este artículo presenta, mediante el análisis etnográfico de un caso concreto, la problemática a la que se enfrentan actualmente las producciones locales para inserirse en las políticas proteccionistas de la Unión Europea.

El interés propiciado desde las instituciones por proteger y normalizar a una serie de productos caracterizados por su pertenencia a un lugar concreto, ha generado unas normativas dentro de las cuales deben inscribirse estos productos. El conflicto, para algunos productos, nace precisamente de la imposibilidad de normalizarse, homogeneizarse. El queso de tupí ejemplifica perfectamente esta problemática, dado que se trata de un producto local cuya característica principal es, precisamente, la variabilidad. Variabilidad en los ingredientes y en la elaboración, que responden sin duda a su relación con el «lugar» a qué pertenece.

RÉSUMÉ

Cet article présente, à travers une analyse ethnographique d'un cas concret, les problèmes que doivent affronter de nos jours les productions locales pour s'insérer dans les politiques protectionnistes de l'Union européenne.

L'intérêt que montrent les institutions pour protéger et standardiser une série de produits, caractérisés par leur provenance d'un endroit concret, a donné lieu à des réglementations qui leur sont applicables. Le conflit résulte précisément de l'impossibilité de standardiser et d'homogénéiser certains de ces produits. Le fromage de tupi en est un exemple parfait, compte tenu qu'il s'agit d'un produit local dont la caractéristique principale est justement la variabilité; variabilité dans les ingrédients et dans l'élaboration découlant, sans doute, des liens existant entre ce fromage et l'endroit auquel il appartient.

SUMMARY

Taking the ethnographic analysis of a particular case, this paper presents the problems currently facing local production in entering into the protectionist European Union policies.

The interest fostered by the institutions to protect and standardise a series of products characterised by their belonging to a particular place has generated certain guidelines to be met by these products. The contradiction, for some products at least, arises precisely from the fact that their standardisation and homogenisation is impossible. Tupi cheese is a perfect example of this problem, as it is a local product whose main characteristic is precisely variability. Variability of its ingredients and its production, which is presumably a response to its relation with the «place» to which it belongs.

